

**PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF KOPHI
YOGYAKARTA DALAM KAMPANYE PENGURANGAN SAMPAH
PLASTIK**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

STEPHANIE MIRANDA KLAAS

15 09 05606

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF KOPHI
YOGYAKARTA DALAM KAMPANYE PENGURANGAN SAMPAH
PLASTIK**

SKRIPSI

Disusun guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

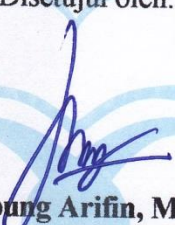
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh:

Stephanie Miranda Klaas

150905606 / KOM

Disetujui oleh:



Pupung Arifin, M.Si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF KOPHI
YOGYAKARTA DALAM KAMPANYE PENGURANGAN
SAMPAH PLASTIK

Penyusun : Stephanie Miranda Klaas

NPM : 150905606

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari/tanggal : Rabu, 11 Desember 2019

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Joseph Joedhi Darmawan, M.A

Penguji Utama



Pupung Arifin, M.Si

Penguji I



Olivia Lewi Pramesti, M.A

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Stephanie Miranda Klaas
Nomor Mahasiswa : 150905606
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif Kophi
Yogyakarta dalam Kampanye Pengurangan Sampah
Plastik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian, hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 25 November 2019

Saya yang menyatakan

Stephanie Miranda Klaas

Peneliti

ABSTRAKSI

PENERAPAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF KOPHI YOGYAKARTA DALAM KAMPANYE PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK

Sampah plastik adalah salah satu dari sekian banyak sampah yang paling banyak ditemukan dan menjadi sumber pencemaran lingkungan hidup. Indonesia tercatat sebagai negara nomor dua penghasil sampah plastik di dunia, setelah Tiongkok. Persoalan sampah plastik bukan hanya tanggung jawab Pemerintah saja tetapi perlu kerja sama dengan masyarakat dan komunitas peduli lingkungan. Salah satu komunitas peduli lingkungan yang ada di Yogyakarta adalah Koalisi Pemuda Hijau Indonesia atau Kophi menjadi penggerak generasi muda untuk berkontribusi nyata dalam kegiatan pelestarian lingkungan hidup yang berkelanjutan.

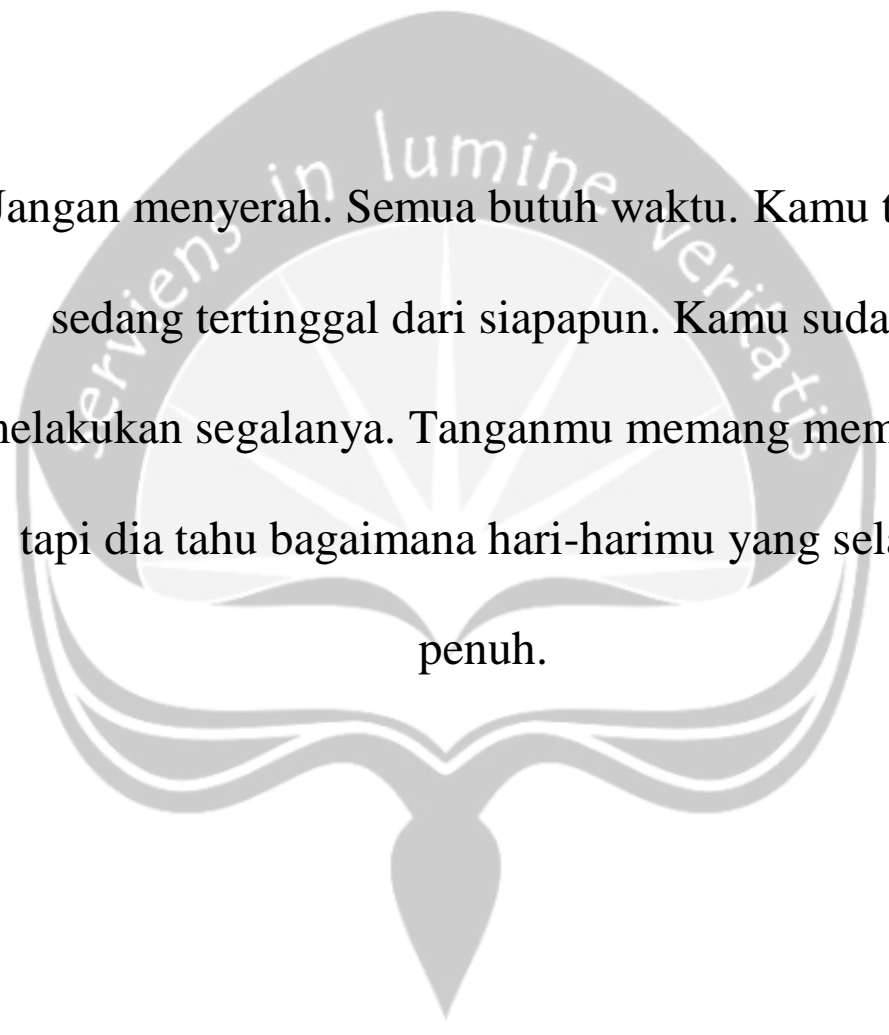
Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Kophi Yogya adalah melakukan kampanye. Kesuksesan sebuah kampanye tidak lepas dari komunikasi persuasif yang bersifat mengajak agar masyarakat memahami dan mau merubah sikap sesuai dengan tujuan dari kampanye yang dilakukan. Agar pesan dari kampanye bisa tersampaikan, maka ada hal-hal yang perlu diperhatikan oleh komunikator yaitu teknik-teknik komunikasi persuasif. Ada lima teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan *teknik red-herring*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dimana peneliti menyajikan dan mendeskripsikan data primer dari hasil wawancara dan hasil pencarian data-data sekunder dari dokumentasi untuk dapat memberikan gambaran yang lengkap mengenai teknik komunikasi persuasif Kophi Yogya dalam kampanye pengurangan sampah plastik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kophi Yogya menggunakan beberapa teknik komunikasi persuasif pada saat kampanye pengurangan sampah plastik. Teknik yang dominan digunakan ada dua yaitu teknik asosiasi dan teknik ganjaran. Sedangkan, teknik yang tidak dominan adalah teknik *red-herring*. Tujuan dari teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah agar pesan dari kampanye yang dilakukan oleh Kophi Yogya bisa tersampaikan dengan baik dan dipahami oleh masyarakat.

Kata Kunci : komunikasi persuasif, kampanye

MOTTO



Jangan menyerah. Semua butuh waktu. Kamu tidak sedang tertinggal dari siapapun. Kamu sudah melakukan segalanya. Tanganmu memang membisu, tapi dia tahu bagaimana hari-harimu yang selalu penuh.

-Indra Sugiarto-

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa peneliti panjatkan atas berkat dan rahmat yang diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom pada program studi Ilmu Komunikasi. Selain itu, peneliti juga menyadari bahwa selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir, peneliti dibantu dan didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

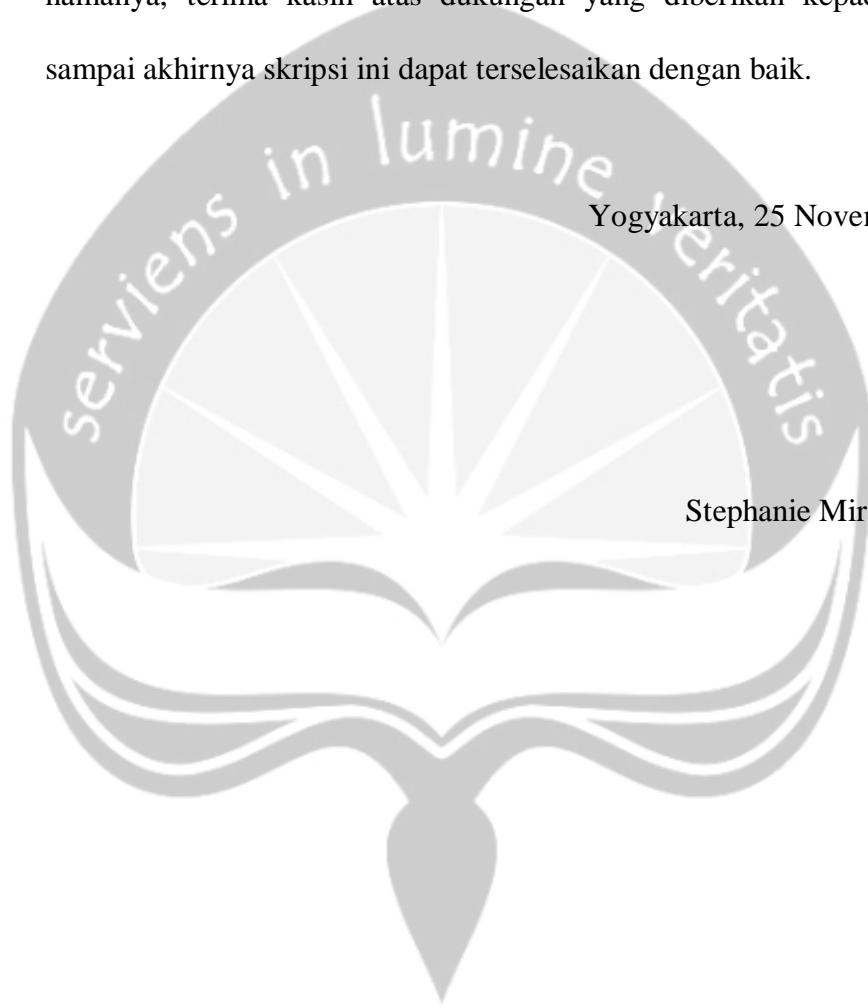
1. Keluargaku. Papa Klaas Fernando dan Mama Rusmijati, dan adik Pieter Giovani Klaas. Doa dan dukungan yang selalu diberikan menjadi semangat bagi peneliti untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Bapak Pupung Arifin, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang sabar dan selalu memberikan bimbingan, dukungan, kritik, saran yang membangun dan mendampingi peneliti dari awal penyusunan proposal, proses penelitian, hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Komunitas Kopi Yogyakarta, khususnya Wakil Ketua Noberstho Rumangga dan Humas Naina Bunga yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber pada skripsi ini.
4. Bernadeta Gita, terima kasih atas bantuan, waktu, dan semangat kepada peneliti mulai dari proposal hingga skripsi ini selesai.
5. Teman-teman FRESH History Maker GBI Miracle Service Yogyakarta, Kak Angel, Kak Bara, Robin, Nando, Flo, Micin, Cella dan yang lainnya yang sudah mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Geng Sasak Lombok, Mela, Tegar, Venty, Icha, terima kasih karena telah saling membantu sebagai anak rantau dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
7. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungan yang diberikan kepada peneliti sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 25 November 2019

Peneliti,

Stephanie Miranda Klaas



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Akademis.....	8
1.4.2 Praktis.....	8
1.5 Kerangka Teori	8
1.5.1 Model Komunikasi SMCR.....	9
1.5.2 Komunikasi Persuasif.....	9
1.5.3 Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif	11
1.5.4 Kampanye.....	14
1.5.5 Komunitas.....	15
1.6 Metodologi Penelitian	16
1.6.1 Jenis Penelitian	16
1.6.2 Metode Penelitian	16
1.6.3 Subjek Penelitian	17

1.6.4	Objek Penelitian.....	17
1.6.5	Sumber Data	18
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.7	Teknik Analisis Data.....	19
BAB II	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	21
2.1	Profil Kophi Yogyakarta	21
2.2	Kegiatan Kophi Yogyakarta	23
2.3	Visi dan Misi Kophi Yogyakarta	27
2.3.1	Visi	27
2.3.2	Misi	27
2.4	Struktur Organisasi Kophi Yogyakarta	28
2.5	Profil Informan	30
2.5.1	Wakil Ketua Kophi Yogya	30
2.5.2	Humas Kophi Yogya.....	30
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	32
3.1	Deskripsi Hasil Penelitian	32
3.1.1	Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif	36
a)	Teknik Asosiasi	36
b)	Teknik Integrasi	39
c)	Teknik Ganjaran	40
d)	Teknik Tataan	41
e)	Teknik <i>Red-Herring</i>	44
3.2	Analisis Data.....	46
3.2.1	Model Komunikasi SMCR	46
3.2.2	Komunikasi Persuasif.....	47
3.2.3	Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif	54
a)	Teknik Asosiasi	55
b)	Teknik Integrasi	57
c)	Teknik Ganjaran	60
d)	Teknik Tataan	62
e)	Teknik <i>Red-Herring</i>	65

3.2.4 Kampanye.....	73
3.2.5 Komunitas.....	73
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	75
4.1 Kesimpulan.....	75
4.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kegiatan Sekolah Alam	24
Gambar 2.2 Kegiatan Green Agent.....	25
Gambar 2.3 Brosur Peringatan Hari Bumi	26
Gambar 2.4 Kegiatan Gebrak x Senusa	27
Gambar 2.5 Foto Bersama Kedua Informan	31
Gambar 3. 1 Media Brosur Infografis	35
Gambar 3.2 Kampanye Kerja Sama #RAMPOKPLASTIK	44
Gambar 3.3 Sosialisasi pada Program Kuliah Kerja Nyata	57
Gambar 3.4 Kampanye Kerja Sama dengan LSM.....	59
Gambar 3.5 Contoh Daur Ulang Sampah Plastik	62
Gambar 3.6 Contoh Media yang Digunakan oleh Kophi.....	65

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Kophi Yogyakarta	28
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rangkuman Penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif.....	67
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara Noberstho Rumangga.....	82
Lampiran 2: Transkrip Wawancara Naina Bunga	87

