

**PARTISIPASI KONSUMEN PADA
KAMPANYE BRING BACK OUR BOTTLE OLEH
THE BODY SHOP INDONESIA
(Studi Kasus pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)**



SKRIPSI

oleh:

JESSICA GRESINA

190906851

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

**PARTISIPASI KONSUMEN PADA
KAMPANYE BRING BACK OUR BOTTLE OLEH
THE BODY SHOP INDONESIA
(Studi Kasus pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom)**

oleh:

JESSICA GRESINA

190906851

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Gresina

NPM : 190906851

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Partisipasi Konsumen pada Kampanye Bring Back Our Bottle oleh The Body Shop Indonesia (Studi Kasus pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 23 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Jessica Gresina

HALAMAN PERSETUJUAN

**PARTISIPASI KONSUMEN PADA
KAMPANYE BRING BACK OUR BOTTLE OLEH
THE BODY SHOP INDONESIA**

(Studi Kasus Pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) / Sarjana Sosial (S.Sos)

disusun oleh :

JESSICA GRESINA

190906851

disetujui oleh :



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Partisipasi Konsumen pada Kampanye “Bring Back Our Bottle” oleh The Body Shop Indonesia (Studi Kasus pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)**

Penyusun : Jessica Gresina

NPM : 190906851

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis 22 Juni 2023

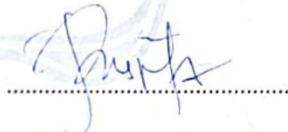
Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.

Penguji Utama



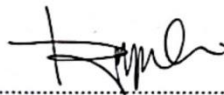
Irene Santika Vidiadari, M.A.

Penguji I



Rebekka Rismayanti, M.A.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas segala pernyertaannya yang mengantarkan penulis sampai pada titik dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Berkat bimbingannya pula peneliti dapat melewati tantangan penyusunan skripsi dari awal hingga akhir tanpa menyerah. Sebagai bentuk penerapan ilmu, pengetahuan, dan teori yang telah peneliti peroleh selama masa perkuliahan berlangsung, maka dari itu peneliti menentukan judul skripsi yaitu, **“Partisipasi Konsumen pada Kampanye Bring Back Our Bottle oleh The Body Shop Indonesia (Studi Kasus pada Konsumen Kota Jakarta Selatan)”**.

Peneliti juga tentunya berterimakasih atas seluruh pihak yang mendukung dan membantu selama proses penyusunan skripsi berlangsung. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. G. Sri Nurhartanto, S.H., LL.M, selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Bapak FX. Bambang Kusumo Prihandono, S.Sos., MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
3. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA., selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
4. Ibu Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan ilmu dari awal sampai rampungnya skripsi
5. Orang Tua dan satu-satunya Kakak Perempuan peneliti, yang sudah mendukung dan menyemangati dengan tulus dan tanpa henti
6. Sahabat, teman, dan rekan kerja peneliti yang senantiasa memberikan dukungan agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu
7. Diri sendiri yang hingga saat ini tidak menyerah dan tetap berkomitmen kuat menyelesaikan studi tepat waktu dengan usaha sebaik-baiknya

ABSTRAK

Kemunculan industri kosmetik memiliki dampak negatif bagi lingkungan, di antaranya isu tentang sampah plastik. The Body Shop sebagai salah satu *brand* kosmetik global yang eksis di Indonesia, menjadi pionir dalam menggagas kampanye sebagai upaya dalam mengatasi permasalahan sampah yang muncul karena aktivitas konsumsi oleh konsumen. Pada tahun 2008, *The Body Shop* hadir dengan kampanye *Bring Back Back Our Bottle* yang hingga kini berinovasi dan meraih banyak prestasi dalam mengurangi sampah plastik khususnya di Indonesia. Sebagai wujud *Corporate Social Responsibility* (CSR), keberhasilan kampanye ini ditentukan dari partisipasi yang konsumen berikan. Sebagai hasil akhir, lewat penelitian ini menunjukkan kampanye *Bring Back Our Bottle* memiliki dampak positif pada *brand image The Body Shop*. Konsumen terbukti bukan hanya sekedar melakukan aktivitas konsumsi tetapi juga memiliki peranan penting bagi keberlanjutan sebuah *brand*.

Kata kunci: CSR, Kampanye, Partisipasi, Citra Merek

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Rumusan Masalah.....	1
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	11
2. Kampanye.....	15
3. <i>Participatory Communication</i>	17
4. <i>Brand Image</i>	19
F. Metode Penelitian.....	20
1. Fokus Penelitian.....	20
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3. Teknik Pengumpulan Data.....	23
4. Jenis Data Penelitian.....	25
5. Teknik Analisis Data.....	26

6. Triangulasi Data.....	26
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	28
A. Profil <i>The Body Shop</i>	28
1. Logo <i>The Body Shop</i>	30
2. Nilai <i>The Body Shop</i>	31
3. Visi dan Misi <i>The Body Shop</i>	34
4. Kampanye <i>The Body Shop</i>	35
5. Prestasi <i>The Body Shop</i>	38
B. Deskripsi Informan Penelitian.....	39
C. Deskripsi Lokasai dan Waktu Penelitian.....	43
BAB III PEMBAHASAN.....	45
A. Temuan Data.....	45
1. <i>Group 1</i> : Kelompok usia 18-23.....	45
2. <i>Group 2</i> : Kelompok usia 24-29.....	50
3. <i>Group 3</i> : Kelompok usia 30-35.....	55
B. Analisis.....	69
1. Kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i> sebagai bentuk <i>corporate social responsibility</i> dalam membangun <i>brand image The Body Shop</i>	69
a. Tanggung jawab sosial sebagai perusahaan ramah lingkungan melalui praktek bisnis <i>The Body Shop</i>	73
b. Konsumen merasa dilibatkan sebagai bagian penting atau agen perubahan dalam kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i>	75
c. Kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i> oleh <i>The Body Shop</i> dapat dikatakan sebagai kampanye yang memiliki daya tarik.....	77
d. Pesan yang dimaknai dari kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i>	78
2. Keterlibatan Konsumen pada kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i> dalam membangun <i>brand image The Body Shop</i>	80
a. Kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i> telah terjadi secara dua arah.....	81

b. Bentuk atau wujud partisipasi konsumen dalam merespon kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i>	82
c. Konsumen merasa ikut ambil bagian dalam membangun <i>brand image The Body Shop</i>	86
d. <i>Brand image The Body Shop</i> yang melekat dibanak konsumen.....	87
C. Triangulasi Data.....	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	101
A. Pertanyaan Focus Group Discussion (FGD).....	101
B. Transkrip Focus Group Discussion (FGD).....	103
1. <i>Group 1</i> : Kelompok usia 18-23.....	103
2. <i>Group 2</i> : Kelompok usia 24-29.....	119
3. <i>Group 3</i> : Kelompok usia 30-35.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Detail Informan Kelompok 1.....	41
Tabel 2.2 Detail Informan Kelompok 2.....	42
Tabel 2.3 Detail Informan Kelompok	43
Tabel 3.1 Persamaan dan Persamaan Hasil FGD.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 prediksi keuntungan industri kecantikan.....	4
Gambar 2.1 Logo <i>The Body Shop</i>	31
Gambar 2.3 Pencapaian Kampanye BBOB.....	37
Gambar 2.4 Pencapaian Kampanye BBOB.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran dokumentasi FGD <i>Group 1</i>	118
Lampiran dokumentasi FGD <i>Group 2</i>	131
Lampiran dokumentasi FGD <i>Group 3</i>	143