

**KAMPANYE PETA JALAN PRODUSEN OLEH
GREENPEACE INDONESIA DALAM UPAYA
PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK**



SKRIPSI

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

Oleh

KEISHA MEI LAGUNSAD

190907086/Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

KAMPANYE PETA JALAN PRODUSEN OLEH GREENPEACE INDONESIA
DALAM UPAYA PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK

SKRIPSI

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

disusun oleh :

KEISHA MEI LAGUNSAD

190907086

disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kampanye Peta Jalan Produsen oleh Greenpeace Indonesia dalam Upaya Pengurangan Sampah Plastik

Penyusun : Keisha Mei Lagunsad

NPM : 190907086

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 17 Oktober 2023

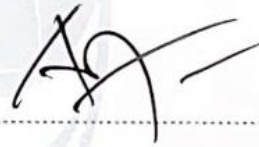
Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Kampus 4 UAJY, Gedung Theresa, Ruang Ujian 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm., Ph.D

Penguji Utama




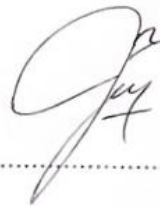
Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si

Penguji I



Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Commun.

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Keisha Mei Lagunsad
NPM : 190907086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Kampanye Peta Jalan Produsen Oleh Greenpeace Indonesia
dalam Upaya Pengurangan Sampah Plastik

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, 2 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Keisha Mei Lagunsad

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Keluarga kecil saya yaitu Papa, Mama dan Abang yang sudah memberikan saya kesempatan belajar dan tidak pernah berhenti mendukung studi saya di Universitas

Atma Jaya Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan berkat-Nya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Kampanye Peta Jalan Produsen dalam Upaya Pengurangan Sampah Plastik”*** sebagai syarat menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi, peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan dan nasihat berbagai pihak. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, hanya karena berkat, karunia dan hikmat-Nya lah peneliti dapat mampu dan kuat dalam memulai, menjalani, hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua yaitu Papa Antonio Genosas Lagunsad (Pak Toni) dan Mama Riani Kurniati (Ibu Ayang) yang tidak pernah meragukan dan terus memberikan semangat kepada peneliti dalam menyusun skripsi. Tidak lupa juga kiriman *pudding* oleh Mama dan Papa setiap setelah peneliti selesai bimbingan atau saat peneliti melakukan progress skripsi. Hanya karena dukungan dan kasih sayang mereka lah peneliti dapat semangat dan menyelesaikan skripsi.
3. Kepada saudara kandung peneliti yaitu Abang Michael Riantony Junior Lagunsad yang selalu menanyakan kabar dan progress skripsi yang sedang peneliti kerjakan. Terima kasih karena selalu mendukung, tidak meragukan, dan memberikan semangat dalam bentuk video dari Bebek dan Bron.

4. Kepada Bapak Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi peneliti. Peneliti ucapkan terima kasih banyak kepada Pak Beny atas bimbingan dan bantuan penuh sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.
5. Kepada ketiga narasumber yaitu mas Atha, mas Ibar, dan mba Arsi. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk peneliti dan membantu peneliti menjawab pertanyaan dengan baik dan sangat informatif.
6. Kepada Chris Adi Nugraha yang selalu mendukung membantu dan menemani peneliti melalui semua proses pengerjaan skripsi. Selain itu, terima kasih juga sudah membantu dan menemani peneliti dalam proses wawancara dan observasi untuk skripsi ini.
7. Kepada Sesilia Ivena Puspitasari, sobat hidup dan mati peneliti semenjak semester satu hingga semester akhir yang selalu mendukung dan memberikan bantuan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada keluarga ku yang berkuliah di Yogyakarta juga yaitu Gloria, Abang Garib, Abang Gio, Gillang, dan Ratu yang selalu menanyakan progress dan mendukung peneliti dalam menyusun skripsi.
9. Kepada teman-temanku di Atma Jaya Yogyakarta yaitu Valent, Samuel, Chevin, Grace, Basga dan Zefanya yang memberikan dukungan bagi peneliti dalam menyusun skripsi.
10. Kepada sahabat-sahabat Pontianak ku yaitu Hellen, Andra, Febea, dan Bima yang selalu memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi agar segera ke luar kota mengunjungi mereka.

11. Kepada teman-teman KopiOn yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman saat peneliti menyusun skripsi.
12. Kepada diri saya sendiri, Keisha Mei Lagunsad terima kasih telah terus berusaha sekuat tenaga dan menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAK

Banyaknya produk dengan kemasan plastik menyebabkan timbulnya masalah sampah plastik. Sebanyak 60% dari sampah plastik tidak diolah dan berakhir terbuang ke lautan (Ismoyo, 2022). Hal ini menjadi masalah bagi Indonesia karena sampah plastik berdampak buruk bagi lingkungan. Dua pihak yang dapat bertanggung jawab atas permasalahan ini adalah konsumen dan produsen. Konsumen sudah banyak meminimalisir penggunaan plastik sedangkan produsen masih belum menunjukkan tanggung jawab untuk mengelola sampah plastik yang mereka hasilkan. Masalah ini membuat Pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan nomor 75 tahun 2019 tentang Peta Jalan Produsen. Peraturan ini menjelaskan tentang tanggung jawab produsen untuk mengurangi sampah. Permasalahan ini juga menjadi perhatian bagi salah *Non-Governmental Organization* peduli lingkungan yaitu Greenpeace Indonesia. Greenpeace Indonesia membuat kampanye Peta Jalan Produsen untuk menuntut produsen melaksanakan dan memberikan transparansi kepada publik terkait dengan Peta Jalan Produsen yang dilaksanakan. Maka, penelitian ini bertujuan untuk melihat proses perencanaan dan pelaksanaan serta model komunikasi kampanye Peta Jalan Produsen oleh Greenpeace Indonesia dalam upaya mengurangi sampah plastik.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan bersama dengan tim kerja kampanye Peta Jalan Produsen yang meliputi *Campaign Manager/Urban People Power Campaigner, Campaign Leader, Digital and Communication Campaigner*. Observasi juga dilakukan pada saat pelaksanaan pra-Pawai Bebas Plastik yang merupakan salah satu agenda pada kampanye Peta Jalan Produsen. Penelitian ini meneliti bagaimana proses kampanye peta jalan produsen dilihat melalui model kampanye Ostergaard yang terbagi menjadi tiga tahapan yaitu pra kampanye, pelaksanaan kampanye, dan pasca kampanye. Kampanye untuk mencapai perubahan yang dituju harus memiliki aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku.

Pada kampanye Peta Jalan Produsen terdapat model komunikasi yang terdiri dari aktor, pesan, khalayak, tujuan kampanye. Peta Jalan Produsen proses kampanye dimulai dari tahapan pra kampanye yaitu analisis masalah, penyusunan tujuan, sasaran kampanye, pesan, strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber daya, serta metode evaluasi dalam kampanye. Proses selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan yang dimulai dari realisasi unsur-unsur pokok kampanye, menguji coba rencana kampanye, tindakan kampanye dan pemantauan, serta laporan kemajuan. Kemudian tahap terakhir adalah pasca kampanye. Tahapan ini belum dilakukan karena kampanye belum usai, namun kampanye ini mengharapkan evaluasi pada *problem level* atau terjadi pengurangan masalah yaitu produsen bertanggung jawab atas sampah plastik yang mereka hasilkan sesuai dengan Peta Jalan Produsen dan memberikan transparansi terkait Peta Jalan Produsen yang mereka laksanakan sehingga terjadi pengurangan sampah plastik.

Kata Kunci: Kampanye, Pengurangan Sampah Plastik, Perencanaan Kampanye, Pelaksanaan Kampanye.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Akademis.....	8
2. Praktis.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Kampanye.....	9
2. Rancangan Program Kampanye dengan Model Kampanye Ostergaard	23
F. Metodologi Penelitian	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Metode Penelitian.....	34
3. Objek Penelitian	36
4. Lokasi Penelitian	36
5. Jenis Data	36
6. Teknik Pengumpulan Data	38
7. Metode Analisis Data	40
8. Teknik Keabsahan Data	42
BAB II	43

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
A. Sejarah dan Profil Greenpeace Indonesia.....	43
1. Sejarah Greenpeace Indonesia	43
2. Visi dan Misi	44
3. Nilai Dasar.....	45
4. Struktur Organisasi Greenpeace Indonesia	46
B. Profil Kampanye Peta Jalan Produsen.....	48
1. Kampanye Peta Jalan Produsen.....	48
2. Struktur tim kampanye Plastik	49
BAB III.....	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Temuan Data.....	52
1. Kampanye Peta Jalan Produsen.....	52
2. Rancangan Program Kampanye Peta Jalan Produsen	111
B. Analisis Data	160
1. Kampanye Peta Jalan Produsen sebagai Kampanye Komunikasi.....	160
2. Rancangan Kampanye Peta Jalan Produsen dengan Model Kampanye Ostergaard	180
BAB IV.....	219
PENUTUP	219
A. Kesimpulan.....	219
B. Saran.....	221
1. Saran Akademis.....	221
2. Saran Praktis.....	221
DAFTAR PUSTAKA.....	223
LAMPIRAN	229

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Komunikasi Lasswell	16
Gambar 2 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 3 Struktur Organisasi Greenpeace Indonesia.....	46
Gambar 4 Struktur Tim Kerja Kampanye Peta Jalan Produsen	50
Gambar 5 Tujuan Kampanye Peta Jalan Produsen.....	55
Gambar 6 Artikel Tentang <i>Brand Audit</i> Oleh Greenpeace Indonesia	58
Gambar 7 Unggahan Instagram Greenpeace Indonesia	59
Gambar 8 Webinar Efektifitas Peta Jalan Produsen	62
Gambar 9 <i>Release</i> Hasil Uji Laboratorium Oleh Greenpeace Indonesia	63
Gambar 10 Poster Pawai Bebas Plastik.....	64
Gambar 11 Poster Pawai Bebas Plastik Menonton	65
Gambar 12 Hasil Survei Keadaan Perilaku Masyarakat Dalam Penggunaan Plastik	66
Gambar 13 Tim Peneliti Terdiri Dari Tim Kerja Kampanye	72
Gambar 14 Konten Aurelie Di Instagram @Aurelie.....	78
Gambar 15 Aurelie Pada Pawai Bebas Plastik	80
Gambar 16 Unggahan @Aurelie Pada Pawai Bebas Plastik.....	81
Gambar 17 Unggahan Instagram Greenpeace Indonesia Terkait Pesan.....	84
Gambar 18 Tuntutan Pada Pawai Bebas Plastik.....	85
Gambar 19 Unggahan Greenpeace Indonesia Terkait Sampah Plastik	87
Gambar 20 Unggahan Instagram Greenpeace Indonesia Terkait Argumentasi Pesan	88
Gambar 21 Unggahan Instgram Greenpeace Indonesia Terkait Bingkai Pesan	88
Gambar 22 Petisi <i>Online</i> Kampanye Peta Jalan Produsen	90
Gambar 23 Siaran Pers Greenpeace Indonesia.....	92
Gambar 24 Facebook Greenpeace Indonesia	94
Gambar 25 Akun Twitter Greenpeace Indonesia	94
Gambar 26 Instagram Greenpeace Indonesia.....	95
Gambar 27 Slide Presentasi ‘Apa Itu Pawai Bebas Plastik’	98
Gambar 28 <i>Slide</i> Presentasi Latar Belakang Pbp 2023	99
Gambar 29 <i>Slide</i> Presentasi Tuntutan Pawai Bebas Plastik 2023	100
Gambar 30 <i>Slide</i> Presentasi Sasaran Pawai Bebas Plastik 2023	101
Gambar 31 Slide Ajakan Kepada Komunitas.....	101

Gambar 32 <i>Slide</i> Presentasi <i>Timeline</i> Pawai Bebas Plastik.....	102
Gambar 33 <i>Slide Do And Don't's</i> Pada Pawai Bebas Plastik 2023.....	103
Gambar 34 Ajakan Kolaborasi Bagi Komunitas	104
Gambar 35 <i>Slide</i> Ajakan Bergabung Pawai Bebas Plastik 2023.....	104
Gambar 36 Nonton Bersama Film Pulau Plastik.....	105
Gambar 37 Penggunaan Poster Pada Pawai Bebas Plastik.....	106
Gambar 38 Pendaftaran <i>Volunteer</i> Greenpeace Indonesia.....	108
Gambar 39 Hasil Uji Coba Laboratorium Pada Galon Sekali Pakai.....	114
Gambar 40 Observasi Tim Kerja Kampanye Ke Bank-Bank Sampah.....	115
Gambar 41 Tim Peneliti Pada Laporan Hasil Riset.....	116
Gambar 42 Keanggotaan Greenpeace Indonesia Dalam Azwi	119
Gambar 43 Ibar Akbar Pada Penyampaian Informasi Pawai Bebas Plastik.....	121
Gambar 44 Halaman Depan Permen Lhk 75/2019.....	123
Gambar 45 <i>Brand Audit</i> Greenpeace Indonesia Upp <i>Campaigner</i>	125
Gambar 46 Konsep Barbie Pada Unggahan Instagram @Greenpeaceid.....	129
Gambar 47 Kegiatan Pawai Bebas Plastik 2023	131
Gambar 48 Aksi Lapangan Greenpeace Indonesia Di Depan Ice	132
Gambar 49 Proses <i>Street Fundriser</i> Greenpeace Indonesia	139
Gambar 50 Jenis Relawan Greenpeace	145
Gambar 51 Unggahan Konten Pada Beberapa Momentum.....	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian	229
Lampiran 2 Transkrip Wawancara 1	248
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 2	271
Lampiran 4 Transkrip Wawancara 3	297
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	313
Lampiran 6 Dokumentasi Observasi	314

