

**GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN TERHADAP
ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN KORPORAT
(Analisis Isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell, ConocoPhillips dan
Chevron dengan Tema *Environmental* Tahun 2010-2013)**



SKRIPSI

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

Oleh

YOANNA FRANCISCA MARITA

07 09 03345 / Kom

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

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN KORPORAT (Analisis Isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell, ConocoPhillips dan Chevron dengan Tema *Environmental* Tahun 2010-2013)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom dalam Program Studi Ilmu Komunikasi


Disusun Oleh:

YOANNA FRANCISCA MARITA

07 09 03345

Disetujui Oleh:

Pembimbing


F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Dosen Pembimbing

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

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN
TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN
KORPORAT
(Analisis Isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell,
ConocoPhillips dan Chevron dengan Tema *Environmental*
Tahun 2010-2013)

Penyusun : Yoanna Francisca Marita
NIM : 07 09 03345

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/ tanggal : Jumat, 28 Maret 2014
Pukul : 12.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran Kampus FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji I

Dhyah Ayu Retno W., S.Sos., M.Si.
Penguji II



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoanna Francisca Marita
No. Mahasiswa : 07 09 03345
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN
TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN
KORPORAT
(Analisis isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell,
ConocoPhillips dan Chevron dengan Tema *Environmental*
Tahun 2010-2013)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan laporan ini benar-benar saya kerjakan sendiri.



Penulisan laporan ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain yang digunakan untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang hakikatnya bukan merupakan penulisan laporan saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran diri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak lain maupun demi menegakkan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 23 April 2014

Saya yang menyatakan

(Yoanna Francisca Marita)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk pembaca dan mahasiswa yang menjalani penelitian



KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan yang telah memberikan energi dan kekuatan untuk menyelesaikan penelitian dengan judul GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN KORPORAT (Analisis Isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell, ConocoPhillips dan Chevron dengan Tema *Environmental* Tahun 2010-2013). Peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Terimakasih kepada:

1. Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan membantu penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi. Terimakasih banyak Bu, sudah sangat sabar.
2. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. dan Ibu Dhyah Ayu Retno W., S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak kritik dan saran kepada peneliti untuk memperbaiki skripsi ini.
3. Keluarga atas bantuan finansial selama kuliah, dan makasih Buk, sudah didoakan sampai *kemeng*.
4. Teman-teman yang sudah menemani dan berbagi keluh kesah selama pengerjaan dan ujian skripsi. *Thanks* Madith, Addie, Dani, Raka. Terimakasih juga untuk Aga yang sudah mau membantu menjadi *coder*, dan Aji yang ikut menunggu saat pengisian *coding sheet*.
5. Margareta Cherly, sahabat yang selalu memberikan semangat dari seberang pulau. *Love you*, El.

6. Bimo Elang yang selalu mendampingi, mendengarkan dan sangat membantu dalam segala hal, baik saat jauh atau dekat. *As someone once said, "You are the butter to my bread, and the breath to my life."*

Penulis sangat sadar banyak sekali kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mohon maaf atas kekurangan yang ada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan mahasiswa yang hendak menggunakan skripsi ini sebagai referensi di masa mendatang, dan kekurangan yang ada dalam skripsi ini dapat menjadi pelajaran agar penelitian selanjutnya dapat disusun dengan lebih baik.

Yogyakarta, 23 April 2014

Yoanna Francisca Marita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN	5
1.4. MANFAAT PENELITIAN	5
1.5. KERANGKA TEORI	5
1.5.1. Iklan	6
1.5.2. <i>Television Commercial</i> (TVC)	11
1.5.3. Iklan Korporat	14
1.5.4. Model Komunikasi Lasswell	16
1.5.5. <i>Environmental Claims</i> dalam Iklan	18
1.6. KERANGKA KONSEP	21
	viii

1.6.1. Pesan Linguistik	22
1.6.2. <i>Illustration Setting</i>	23
1.6.3. <i>Illustration Presenter</i>	23
1.6.4. <i>Identification Mark</i>	24
1.7. DEFINISI OPERASIONAL	25
1.8. METODOLOGI PENELITIAN	34
1.8.1. Metode Penelitian	34
1.8.2. Jenis Penelitian	35
1.8.3. Teknik Pengumpulan Data	35
1.8.4. Populasi	36
1.8.5. <i>Sample</i>	38
1.8.6. <i>Coding</i>	38
1.8.7. Reliabilitas	39
1.8.8. Analisis Data	39
1.8.9. Membuat Kesimpulan	40
BAB 2 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
2.1. ROYAL DUTCH SHELL	41
2.2. CONOCOPHILLIPS	46
2.3. CHEVRON	51
BAB 3 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
3.1. DATA <i>SAMPLE</i> IKLAN KORPORAT SHELL, CONOCOPHILLIPS DAN CHEVRON TAHUN 2010-2013	55
3.2. HASIL UJI RELIABILITAS PENELITIAN	57
3.2.1. Konstruksi Kategori Pesan Linguistik	60
3.2.1. Konstruksi Kategori <i>Illustration Setting</i>	62
3.2.1. Konstruksi Kategori <i>Illustration Presenter</i>	63
3.2.1. Konstruksi Kategori <i>Identification Mark</i>	65
3.3. ANALISIS ISI GAMBARAN ORIENTASI PERUSAHAAN TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN KORPORAT	67
3.3.1. Gambaran Tanggung Jawab Perusahaan Ditinjau dari Pesan Linguistik	68

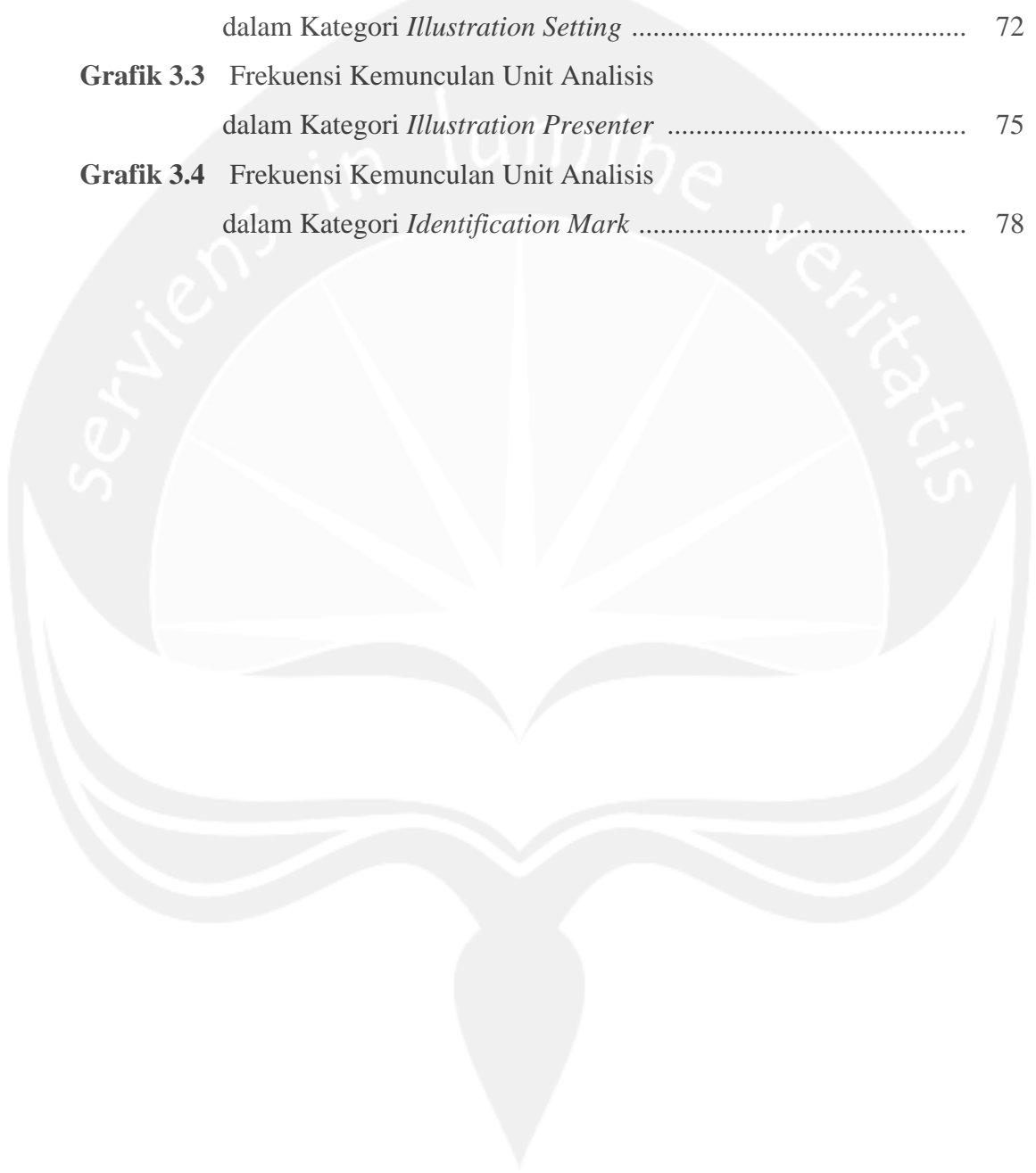
3.3.2. Gambaran Tanggung Jawab Perusahaan Ditinjau dari <i>Illustration</i>	
<i>Setting</i>	71
3.3.3. Gambaran Tanggung Jawab Perusahaan Ditinjau dari <i>Illustration</i>	
<i>Presenter</i>	73
3.3.4. Gambaran Tanggung Jawab Perusahaan Ditinjau dari <i>Idenfitation</i>	
<i>Mark</i>	76
3.2. ANALISIS DATA	79
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1. KESIMPULAN	96
4.2. SARAN	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konstruksi Kategori Beserta Unit Analisis sebagai Materi Penelitian	26
Tabel 1.2 Populasi Iklan Bertema Lingkungan Korporat Shell, ConocoPhillips dan Chevron Tahun 2010-2013	37
Tabel 3.1 <i>Sample</i> Iklan Korporat sebagai Materi Penelitian	56
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan <i>Coding Sheet</i> Peneliti dengan <i>Coder</i> I dan <i>Coder</i> II	59
Tabel 3.3 Distribusi Data Kategori Pesan Linguistik	68
Tabel 3.4 Distribusi Data Kategori <i>Illustration Setting</i>	71
Tabel 3.5 Distribusi Data Kategori <i>Illustration Presenter</i>	74
Tabel 3.6 Distribusi Data Kategori <i>Identification Mark</i>	77
Tabel 3.7 Hasil Analisis Gambaran Orientasi Perusahaan terhadap Isu Lingkungan Berdasarkan Orientasi Iklan	94

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Frekuensi Kemunculan Unit Analisis dalam Kategori Pesan Linguistik	70
Grafik 3.2 Frekuensi Kemunculan Unit Analisis dalam Kategori <i>Illustration Setting</i>	72
Grafik 3.3 Frekuensi Kemunculan Unit Analisis dalam Kategori <i>Illustration Presenter</i>	75
Grafik 3.4 Frekuensi Kemunculan Unit Analisis dalam Kategori <i>Identification Mark</i>	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Komunikasi Lasswell	17
Gambar 1.2	Konsep penelitian iklan korporat Royal Dutch Shell, ConocoPhillips dan Chevron tahun 2010-2013	25
Gambar 2.1	Logo Royal Dutch Shell	42
Gambar 2.2	<i>Scenes</i> dalam Iklan Korporat Shell Versi <i>Kite</i>	43
Gambar 2.3	<i>Scene</i> dalam Iklan Shell versi <i>Kim</i>	44
Gambar 2.4	<i>Scenes</i> dalam Iklan Korporat Shell Versi <i>Guitar</i>	44
Gambar 2.5	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat Shell Versi <i>Global Energy Mix</i>	45
Gambar 2.6	Logo ConocoPhillips	47
Gambar 2.7	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat ConocoPhillips Versi <i>Couple</i>	48
Gambar 2.8	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat ConocoPhillips Versi <i>Farmer's market</i>	48
Gambar 2.9	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat ConocoPhillips Versi <i>Classroom</i>	49
Gambar 2.10	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat ConocoPhillips Versi <i>Renewable resources</i>	50
Gambar 2.11	Logo Chevron	51
Gambar 2.12	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat Chevron Versi <i>Global Natural Gas</i>	53
Gambar 2.13	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat Chevron Versi <i>Community</i>	53
Gambar 2.14	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat Chevron Versi <i>Technology</i>	54
Gambar 2.15	<i>Scene</i> dalam Iklan Korporat Chevron Versi <i>Renewables</i>	54
Gambar 3.1	Contoh Penggunaan <i>Setting Slice of Life</i> dalam Iklan Korporat Shell	82
Gambar 3.2	Contoh Penggunaan <i>Setting Slice of Life</i>	

	dalam Iklan Korporat ConocoPhillips	83
Gambar 3.3	Contoh Penggunaan <i>Setting Slice of Life</i> dalam Iklan Korporat Chevron	84
Gambar 3.4	Contoh Penggunaan Karakter Spesial dalam Iklan Korporat Shell	85
Gambar 3.5	Contoh Penggunaan Karakter Spesial dalam Iklan Korporat ConocoPhillips	86
Gambar 3.6	Contoh Penggunaan <i>Presenter Expert</i> Sekaligus <i>Company Person</i> dalam Iklan Korporat Chevron	87
Gambar 3.7	Penampilan Slogan dalam Iklan Korporat ConocoPhillips	89
Gambar 3.8	Penampilan Slogan dalam Iklan Korporat Chevron	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Lembar Panduan Pengisian *Coding Sheet*
- Lampiran 2** *Coding Sheet*
- Lampiran 3** Lembar Persetujuan *Coding Sheet* Kategori Pesan Linguistik
- Lampiran 4** Lembar Persetujuan *Coding Sheet* Kategori *Illustration Setting*
- Lampiran 5** Lembar Persetujuan *Coding Sheet* Kategori *Illustration Presenter*
- Lampiran 6** Lembar Persetujuan *Coding Sheet* Kategori *Identification Mark*
- Lampiran 7** Lembar Penilaian *Coding Sheet* Kategori Pesan Linguistik
- Lampiran 8** Lembar Penilaian *Coding Sheet* Kategori *Illustration Setting*
- Lampiran 9** Lembar Penilaian *Coding Sheet* Kategori *Illustration Presenter*
- Lampiran 10** Lembar Penilaian *Coding Sheet* Kategori *Identification Mark*
- Lampiran 11** Lembar Perhitungan Uji Reliabilitas

GAMBARAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN TERHADAP ISU LINGKUNGAN DALAM IKLAN KORPORAT

**(Analisis Isi Perbandingan TVC Royal Dutch Shell, ConocoPhillips dan Chevron dengan Tema
Environmental Tahun 2010-2013)**

ABSTRAK

Iklan dengan tema *environmental* banyak digunakan oleh perusahaan energi multinasional untuk memperoleh kepercayaan publik. Summerhays dan Villiens (2012:106) mengungkapkan bahwa masyarakat dunia skeptis terhadap metode yang digunakan perusahaan-perusahaan energi di lapangan, terutama setelah peristiwa BP *oil spill* di teluk Mexico pada tahun 2010. Namun pada tahun tersebut perusahaan seperti Shell, ConocoPhillips dan Chevron meluncurkan iklan dengan tema lingkungan. Peneliti tertarik untuk melihat gambaran tanggung jawab perusahaan terhadap isu lingkungan dalam iklan korporat Shell, ConocoPhillips dan Chevron tahun 2010-2013. Gambaran tanggung jawab tersebut adalah efek pesan iklan yang terjadi setelah *audience* memproses pesan, kemudian membuat suatu kesimpulan yang diharapkan oleh pengiklan yaitu gambaran tanggung jawab terhadap isu lingkungan. Proses tersebut dapat diilustrasikan dalam model komunikasi Lasswell yang memiliki komponen berupa komunikator, pesan (*message*), media (*channel*), komunikan dan efek. Selain berdasarkan proses komunikasi yang terjadi, gambaran orientasi dapat iklan dapat dilihat dari orientasi berdasarkan klasifikasi Carlson, Grove dan Kangun dalam Leonidou (2010:16) yaitu *product oriented*, *process oriented*, *image oriented* dan *environmental fact*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian *coding sheet*, dokumen yang berupa TVC dan studi literatur untuk mendapatkan indikator yang dapat digunakan untuk melakukan analisis. Dokumen berupa TVC didapatkan dari *youtube.com*, sedangkan literatur berasal dari buku, jurnal *online* dan penelitian lain. Pertanyaan yang terdapat dalam *coding sheet* disesuaikan dengan unit analisis yang terdapat dalam empat kategori yaitu pesan linguistik, *illustration setting*, *illustration presenter* dan *identification mark*. Setelah melakukan pengisian *coding sheet*, dilanjutkan dengan uji reliabilitas dan penghitungan frekuensi kemunculan unit analisis, dan hasilnya digunakan untuk melakukan analisis isi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Shell, ConocoPhillips dan Chevron menunjukkan gambaran tanggung jawab melalui iklan korporat yang berorientasi pada produk dan *image*. Shell menonjolkan olahan energi yang bersih dan efisien, serta menunjukkan *image* kepedulian terhadap masyarakat. ConocoPhillips memiliki poin utama yang sama dengan Shell. Chevron lebih menonjolkan pada pemanfaatan *renewable energy*, serta menunjukkan kepeduliannya terhadap pendapat masyarakat mengenai isu lingkungan. Gambaran yang telah muncul tersebut menurut model komunikasi Lasswell merupakan efek yang diharapkan masuk dan diterima di benak *audience*.

Berdasarkan keseluruhan penelitian, peneliti mengajukan saran yaitu untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih lengkap dalam melakukan kategorisasi agar dapat meneliti keseluruhan elemen dalam iklan. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan data lain misalnya wawancara untuk mengetahui perspektif isu dari dalam dan luar perusahaan. Bagi perusahaan yang bergerak dalam industri serupa dan ingin meluncurkan iklan korporat, akan lebih baik jika memasukkan gambaran bagaimana usaha perusahaan dalam menjaga keamanan situs untuk dapat menjawab kekhawatiran masyarakat.

Kata Kunci: Iklan korporat, *environmental*, gambaran tanggung jawab