

**PARTISIPASI PUBLIK DALAM KAMPANYE #TUKARBAJU UNTUK
KEBERLANGSUNGAN LINGKUNGAN HIDUP**

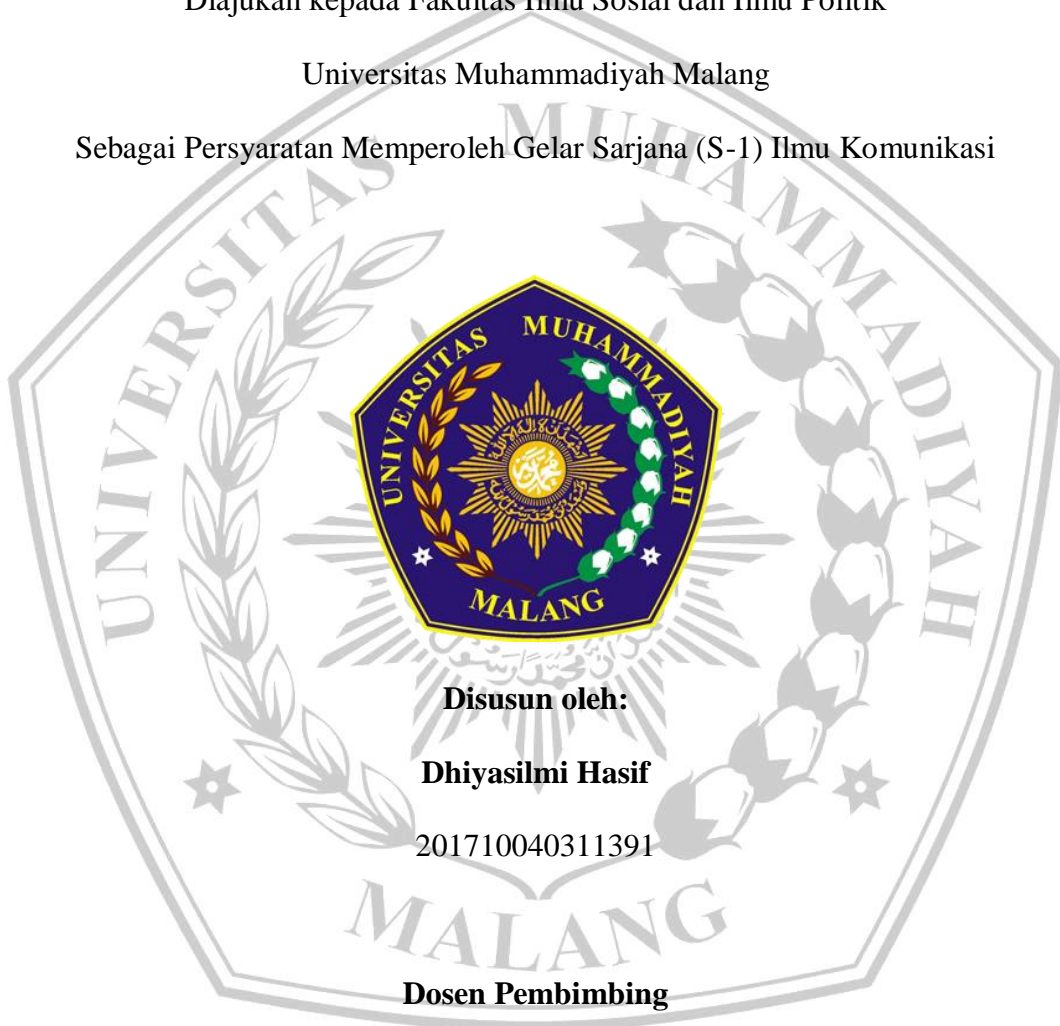
(Studi pada Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Dhiyasilmi Hasif

201710040311391

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PARTISIPASI PUBLIK DALAM KAMPANYE #TUKARBAJU UNTUK
KEBERLANGSUNGAN LINGKUNGAN HIDUP
(Studi pada Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)**

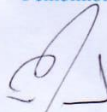
Diajukan Oleh :

DHIYASILMI HASIF
20171000311391

Telah disetujui

Kamis / 23 November 2023

Pembimbing I



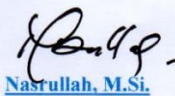
Isnani Dzuhrina, S.os, M.Adv

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

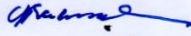

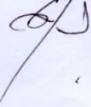
DHIYASILMI HASIF

201710040311391

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 23 November 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. Rahadi, S.Sos., M.Si ()
2. Jamroji, S.Sos, M.Comms ()
3. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Muhammad Nur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dhiyasilmi Hasif
NIM : 20171004031139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa


1. Tugas Akhir dengan Judul :
Partisipasi Publik Melalui Kampanye #tukarbaju dalam Keberlangsungan Lingkungan Hidup (Studi Pada Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.


2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 November 2023
Yang Menyatakan,


Dhiyasilmi Hasif


STARS

Kampus I
J. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 490 435

Kampus II
J. Bungkulan Sukani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 050

Kampus III
J. Raya Tuguas No 380 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: website@urim.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Partisipasi Publik Melalui Kampanye #tukarbaju dalam Keberlangsungan Lingkungan Hidup (Studi pada Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)” dengan baik.

Tugas akhir ini penulis selesaikan dengan usaha semaksimal mungkin. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi sejauh ini, baik dari segi moral maupun materil.

Ucapan terima kasih ini penulis tujukan khusus kepada:

1. Allah SWT atas semua rahmat yang telah dilimpahkan kepada penulis, karena atas bantuan-Nya penulis diberi kekuatan dan kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Beserta Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan untuk tetap menjadikan diri berpikir positif.
2. Faqihuddin Abdul Kodir dan Mimin Mu'minah yang merupakan orang tua dan tak lupa saudara kandung peneliti, yang tidak pernah lelah mendukung secara materil dan moril, mendoakan, serta menjadi motivasi tersendiri bagi peneliti untuk menyelesaikan studi dan penelitian ini.
3. Bapak Drs. H. Fauzan, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Ibu Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah memberikan arahan dan perhatian yang terbaik, selalu sabar membimbing serta meluangkan waktunya sampai tugas akhir ini terselesaikan dengan baik. Suatu kehormatan lebih penulis bisa dibimbing bersama ibu.
7. Seluruh jajaran Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis.
8. Subjek penelitian yang telah membantu memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian.
9. Gilang, Rojali, Muin, Ongko, Faris dan teman lainnya sebagai teman seperjuangan, tempat berbagi suka duka serta berjuang bersama di Universitas Muhammadiyah Malang. Seluruh teman-teman sesama bimbingan Bu Isnani dan teman-teman kelas komunikasi G yang selalu bersama-sama dalam proses pengerjaan skripsi.

10. Dan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu – persatu, terima kasih atas kontribusinya selama ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya ini masih banyak kekurangan dari segi kalimat, tata bahasa, ataupun hal yang lainnya. Oleh karena itu, penulis dengan kerendahan hati menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki karya ini menjadi lebih baik.

Malang, 9 November 2023

Penulis

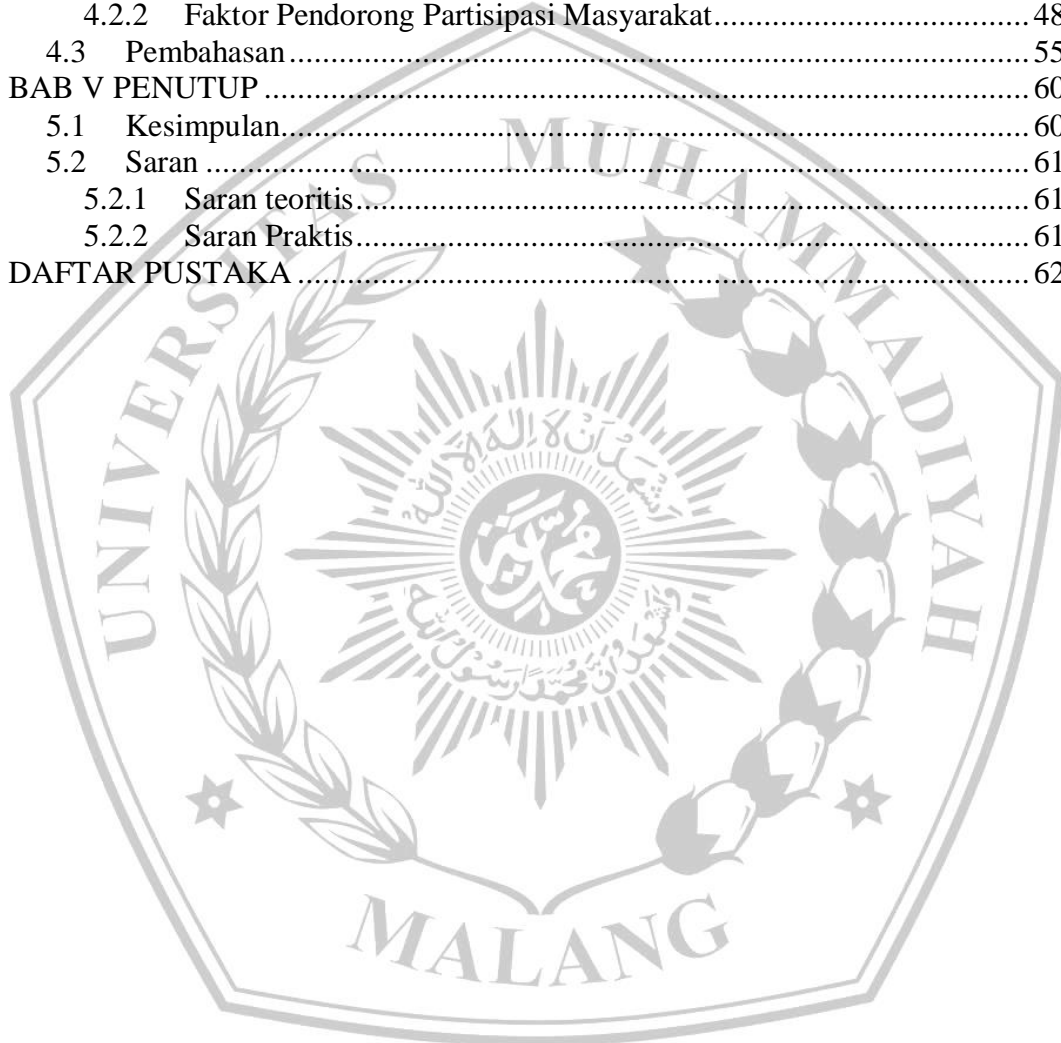
Dhiyasilmi Hasif



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
TANDA TERIMA PLAGIASI	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi	11
2.2 Komunikasi Lingkungan	11
2.2.1 Fungsi Komunikasi Lingkungan	12
2.2.2 Area Komunikasi Lingkungan	13
2.3 Kampanye Sosial	14
2.3.1 Elemen-Elemen dalam Kampanye	17
2.4 Teknik Komunikasi Kampanye	18
2.5 Partisipasi Publik	19
2.5.1 Partisipasi	20
2.5.2 Bentuk-Bentuk Partisipasi Masyarakat	21
2.5.3 Unsur – Unsur partisipasi	21
2.5.4 Publik	22
2.5.5 Fungsi dan Manfaat Partisipasi Publik	23
2.5.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Publik	25
2.6 Lingkungan Berkelanjutan	28
2.6.1 Prinsip Lingkungan Berkelanjutan	29
2.6.2 Ruang Lingkup Lingkungan Berkelanjutan	29
2.7 Teori Agenda Setting	30
2.7.1 Asumsi Teori Agenda Setting	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
3.1.1 Pendekatan Penelitian	32
3.1.2 Jenis Penelitian	32
3.2 Subjek Penelitian	33
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.4 Sumber Data	34
3.4.1 Sumber Data Primer	34
3.4.2 Sumber Data Sekunder	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34

3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1	Kondensasi Data.....	35
3.6.2	Penyajian Data.....	35
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	35
3.7	Teknik Keabsahan Data	35
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Akun Instagram @zerowaste.id_official	37
4.2	Sajian Data	40
4.2.1	Partisipasi Masyarakat dalam Kampanye #Tukarbaju	41
4.2.2	Faktor Pendorong Partisipasi Masyarakat.....	48
4.3	Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran teoritis.....	61
5.2.2	Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 4. 1.....	37
Gambar 4. 2.....	38
Gambar 4. 3.....	39
Gambar 4. 4.....	39




DAFTAR PUSTAKA

- Adryan, Denis. (2016). *Aktifitas Kampanye Safety Riding sebagai Bagian dari Komunikasi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Alfitri. (2011). *Community Development: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2022). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Ceska, & Indrawati, H. (2017). *Pembangunan dan Ekonomi Sumberdaya Manusia*. Pekanbaru. UNRI Press.
- Deastika, Erlin & Nugrahani, Rah Utami. (2021). *Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #TUKARBAJU*, 8 (3), 1-2. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15015>
- Effendi, Rahayu, *et.al.* (2018). *Pemahaman Tentang Lingkungan Berkelanjutan*, 18 (2), 77. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/modul/article/view/20792>
- Flor, Alexander G. & Cangara, Hafied. (2018). *Komunikasi Lingkungan: Penanganan kasus-kasus lingkungan melalui strategi komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Hanifah, Nadya. (2020). *Kajian Sustainable Fashion Sebagai Aspek dalam Pembangunan Berkelanjutan dan Sebagai Solusi untuk Meminimalisir Dampak Fast Fashion*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

- Howell, R., Allen, S. (2017). *Manusia & Planet: Nilai-Nilai, Motivasi dan Pengaruh Formatif dari Individu Yang Bertindak untuk Memitigasi Perubahan Iklim*. *Nilai-Nilai Lingkungan*, 26 (2), 131-155.
<https://doi.org/10.3197/096327117X14847335385436>.
- Kaderisman, Ade. (2019). *Komunikasi Lingkungan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Machmud, Muslimin. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Penerbit Selaras.
- Miles, M.B, et. al. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. Sage Publication. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Miyanti. (2016). *Pengaruh Dimensi Pesan Kampanye Inisiasi Publik Earth Hour Terhadap Sikap Hemat Energi Listrik di Kalangan Pelajar SMA Kota Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasionalita, Kharisma. (2015). *Relevansi Teori Agenda Setting Dalam Dunia Tanpa Batas*, 5 (2), 156.
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/2136/1628>
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknolog*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ritonga, Elfi Yanti. (2018). *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 34.
[/admin,+4.+Ritonga+Teori+Agenda+Setting%20\(5\).pdf](/admin,+4.+Ritonga+Teori+Agenda+Setting%20(5).pdf)
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.

- Ruslam, Rosady. (1997). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Santoso, A., dan Heroepoetri, A. (2005). *Peran Serta Masyarakat dalam Pengelolaan Keuangan Daerah (Perspektif Hukum dan Demokrasi)*. Bandung. PT Alumni.
- Sastropeorto, Santoso. (1988). *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi, dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. Bandung. PT Alumni.
- Shinta, Fairus. (2018). *Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme*, 03 (01), 65.
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/rupa/article/view/1329>
- Slamet. Y. (1993). *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta. Sebelas Maret University Press.
- Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Dhiyasilmi HasiF
NIM : 201710040311391

Hasil Plagiasi : $\frac{9}{11}$ $\frac{10}{11}$

BAB I	53	12		
BAB II	66	13		
BAB III	61	18		

BAB IV	11			
BAB V	28	14		
BAB VI				

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 10 November 2023
Adnan Plagiasi Prodi,
M. Dasuki



ABSTRAK

ABSTRAK

Dhiyaslimi Hasif 201710040311391. **Partisipasi Publik dalam Kampanye #tukarbaju untuk Keberlangsungan Lingkungan Hidup.** Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Dosen Pembimbing: Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Penelitian dilakukan berdasarkan latar belakang banyaknya kemunculan brand fast fashion yang produksinya tidak peduli terhadap lingkungan hidup, dengan banyaknya kemunculan brand fast fashion, @zerowaste.id_official membuat sebuah kampanye bernama #tukarbaju. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui partisipasi publik melalui kampanye #tukarbaju yang dibuat oleh akun Instagram @zerowaste.id_official untuk keberlangsungan lingkungan hidup. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan wawancara dengan informan yang sudah ditentukan. Selanjutnya data yang sudah didapat dianalisis dengan menggunakan teori Miles, Huberman dan Saldana. Berdasarkan teori yang peneliti gunakan, hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa walaupun akun Instagram @zerowaste.id_official tidak melibatkan publik dalam partisipasi tahap perencanaan publik tetap antusias berpartisipasi dalam kampanye #tukarbaju, karena akun Instagram @zerowaste.id_official mengimplementasikan faktor kepentingan dan perubahan yang bisa mendorong publik untuk berpartisipasi. Hal ini sejalan dengan teori agenda setting, @zerowaste.id_official memberi atensi lebih pada isu limbah fesyen, sehingga publik menganggap isu limbah fesyen penting untuk diperhatikan dan terdapat elemen-elemen kampanye yang berpengaruh terhadap kampanye #tukarbaju. Sehingga sejalan dengan keberhasilan @zerowaste.id_official dalam kampanye #tukarbaju dapat meningkatkan kesadaran publik mengenai kepedulian terhadap keberlangsungan lingkungan hidup.

Kata Kunci: *Partisipasi Publik, Agenda setting, Kampanye*

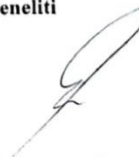
Malang, 22 November 2023

Pembimbing



Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

Peneliti



Dhiyaslimi Hasif