

**PENGARUH PROGRAM KAMPANYE LIMBAH ELEKTRONIK
TERHADAP PARTISIPASI MASYARAKAT PADA
PT BHANDA GHARA REKSA (PERSERO)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

MUHAMAD REZA

051603503125087

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2021

**PENGARUH PROGRAM KAMPANYE LIMBAH ELEKTRONIK
TERHADAP PARTISIPASI MASYARAKAT PADA
PT BHANDA GHARA REKSA (PERSERO)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

MUHAMAD REZA

051603503125087

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 26 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



(Muhamad Reza)

051603503125087

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Muhamad Reza
NIM : 051603503125087
JUDUL : Pengaruh program kampanye limbah elektronik terhadap partisipasi masyarakat pada PT. Bhanda Ghara Rekso (Persero)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi
Jakarta, 25 Februari 2021
Menyetujui,
Pembimbing II Pembimbing I
(Bertha K. Sinambela, M.Si) (Helen Olivia, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISIP

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSIT SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhamad Reza
NIM : 051603503125087
JUDUL : Pengaruh program kampanye limbah elektronik terhadap partisipasi masyarakat pada PT Bhanda Ghara Reksa (Persero)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 25 Februari 2021

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Helen Olivia, M.Ikom)

Anggota Penguji I

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M)

Anggota Penguji II

(Tarsani, M.IKom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.S)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Muhamad Reza
NIM : 051603503125087
PROGAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PERMINATAN : Hubungan Masyarakat

“Pengaruh program kampanye limbah elektronik terhadap partisipasi masyarakat pada PT Bhanda Ghara Reksha (Persero)”

Jumlah halaman : XV + 87 halaman + 25 lampiran
Bibliografi : 16 Buku, 4 Jurnal, 6 Internet

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh program kampanye yang dijalankan oleh PT Bhanda Ghara Reksha (Persero), atau lebih dikenal dengan BGR Logistics (limbah elektronik). Penelitian ini bertujuan untuk mencari penyebab rendahnya partisipasi masyarakat atas program kampanye yang dijalankan perusahaan sehingga berakibat dihentikannya program kampanye tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi dan perubahan sikap yang berisi tentang pengorganisasian pesan yang mana hal tersebut harus memiliki potensi untuk memengaruhi sikap masyarakat.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif serta metode survey dan bersifat eksplanatif dengan teknik pengambilan sampel non probability yaitu quota sampling dengan 100 responden yang terbagi kedalam 5 (lima) wilayah sehingga masing-masing wilayah diwakili oleh 20 orang responden.

Penelitian ini menggunakan uji korelasi dan uji hipotesis antara variabel bebas yaitu Program Kampanye dengan variabel terikat yaitu Partisipasi Masyarakat dengan hasil nilai korelasi antar variabel adalah 0,992 (99,2%), lalu nilai t_{hitung} sebesar 77,184 diatas nilai t_{tabel} 1.98397 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis penelitian diterima dan terakhir nilai determinasi sebesar 98,4%. yang artinya variabel Program Kampanye berpengaruh 98,4% terhadap variabel Partisipasi Masyarakat.

Kesimpulan dari Penelitian ini adalah program kampanye idealnya memiliki pengaruh positif yang signifikan atas partisipasi masyarakat jika dilakukan dengan metode yang tepat yaitu fokus melakukan pengembangan wilayah target partisipan, melakukan peningkatan intensitas penyampaian pesan dan terakhir melakukan peningkatan terhadap kualitas isi program kampanye.

Kata kunci : Program kampanye, partisipasi masyarakat, limbah elektronik
Pembimbing I : Helen Olivia, M.Ikom
Pembimbing II : Bertha Komala Sinambela, M.Si

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

NAME : Muhamad Reza
NIM : 051603503125087
STUDY PROGRAM : Communications Science
SPECIALIZATION : Public Relations

“Influence of electronic waste campaign program on society participation at PT Bhandha Ghara Reksha (Persero)”

Number of page : XV + 87 pages + 25 attachments
Bibliografi : 16 books, 4 journals, 6 internet sources

ABSTRACT

The paper discusses the effect of the campaign program run by PT Bhandha Ghara Reksha (Persero), or better known as BGR Logistics (electronic waste). This study aims to find the causes of low community participation in the company's campaign programs, which resulted in the discontinuation of the campaign program.

The paper uses the theory of information integration and attitude change which contains message organizing, which must have the potential to influence people's attitudes.

The paper uses a positivistic paradigm with a quantitative approach and an explanative survey method with non-probability sampling techniques, namely quota sampling with 100 respondents divided into 5 (five) regions so that each area is represented by 20 respondents.

The paper uses a correlation test and hypothesis testing between the independent variables, namely the Campaign Program with the dependent variable, namely Community Participation, with the result of the correlation value between variables is 0.992 (99.2%), then the tcount value is 77.184 above the ttable value 1.98397 with a sig value of 0.00 < 0.05 so that the research hypothesis is accepted and finally the determination value is 98.4%. which means that the Campaign Program variable has an effect on 98.4% of the Community Participation variable.

The conclusion of this paper is that the campaign program ideally has a significant positive effect on community participation if it is carried out with the right method in example focusing on developing target participant areas, increasing the intensity of message delivery and finally improving the quality of the campaign program content.

Keyword : Campaign program, Society participation, Electronic waste
Mentor I : Helen Olivia, M.Ikom
Mentor II : Bertha Komala Sinambela, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh program kampanye limbah elektronik terhadap partisipasi masyarakat pada PT Bhandha Ghara Reksha (Persero)”.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih untuk kedua Orang Tua Bapak Rahmat dan Ibu Kiki, yang tidak henti-hentinya mendoakan serta memberi dukungan selama saya membuat skripsi dan izikan penulis untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Dr. Radita Gora Tayibnapi, MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Sandra Olifia, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Helen Olivia, M.Ikom, selaku dosen pembimbing 1 yang sabar dalam membimbing dan memberikan semangat saya dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bertha Komala Sinambela, M.Si, selaku dosen pembimbing 2 yang sabar dalam mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

7. Kepada Bapak dan Ibu karyawan PT Bhanda Ghara Rekza (Persero) yang telah mengizinkan serta membantu Penulis dalam melakukan penelitian pada BGR Access.
8. Kaka dan Adik saya, Vika, Silva yang selalu memberikan semangat.
9. Kepada Sahabat Terbaik, Zulqisthi, Razu, Teo, Yasir, Galih, Dimas, Nanda yang selalu memberikan semangat untuk saya.
10. Teman-teman angkatan 2016 yang selalu membantu selama kuliah.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan maka dari itu, Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 03 Februari 2021

Muhamad Reza

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Integrasi Informasi dan Perubahan Sikap	11
2.2 Landasan Konseptual	13
2.2.1 Program kampanye (X)	13
2.2.1.1 Definisi program kampanye	13
2.2.1.2 Tujuan program kampanye	14
2.2.1.3 Jenis-jenis program kampanye	15
2.2.1.4 Faktor-faktor program kampanye	16
2.2.1.5 Indikator program kampanye	17

2.2.2 Partisipasi masyarakat (Y)	17
2.2.2.1 Definisi partisipasi masyarakat	17
2.2.2.2 Tujuan partisipasi masyarakat.....	18
2.2.2.3 Jenis-jenis partisipasi masyarakat	19
2.2.2.4 Faktor-faktor partisipasi masyarakat.....	20
2.2.2.5 Indikator partisipasi masyarakat	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan waktu penelitian	24
3.1.1 Tempat penelitian.....	24
3.1.2 Waktu penelitian	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.2.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2.2 Pendekatan Penelitian	24
3.2.3 Metode Penelitian	25
3.2.4 Sifat Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel.....	26
3.3.3 Teknik pengambilan Sampel	26
3.4 Teknik pengumpulan data	27
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.5.1 Definisi variabel	28
3.5.2 Definisi operasional	29
3.5.2.1 Variabel independen (X)	29
3.5.2.2 Variabel dependen (Y)	29
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	33

3.7 Teknik analisis data	35
3.7.1 Uji korelasi	35
3.7.2 Uji hipotesis	36
3.7.2.1 Uji Persial.....	36
3.7.2.2 Uji Regresi Sederhana.....	36
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah umum perusahaan.....	38
4.1.2 Peluncuran BGR Access	41
4.2 Hasil penelitian.....	43
4.2.1 Demografis responden	43
4.2.1.1 Jenis kelamin reponden	44
4.2.1.2 Usia responden	45
4.2.1.3 Domisili responden	46
4.2.2 Analisis data kuesioner	44
4.2.2.1 Variabel X Program Kampanye	45
4.2.2.2 Variabel Y Partisipasi Masyarakat.....	58
4.2.1.3 Domisili responden	46
4.2.3 Analisis data penelitian	67
4.2.3.1 Uji validitas kuesioner	67
4.2.3.2 Uji reliabilitas kuesioner	69
4.2.3.3 Hasil uji korelasi	71
4.2.3.4 Hasil uji regresi sederhana	72
4.2.3.5 Hasil uji determinasi	73
4.3 Pembahasan	74
4.3.1 Pembahasan hasil uji validitas kuesioner.....	75
4.3.2 Pembahasan hasil uji reliabilitas kuesioner.....	77
4.3.3 Pembahasan hasil uji korelasi variabel	78
4.3.4 Pembahasan hasil uji regresi sederhana	79
4.3.5 Pembahasan hasil uji determinasi	81

4.3.6 Pembahasan hasil wawancara dan teori penelitian.....	82
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87

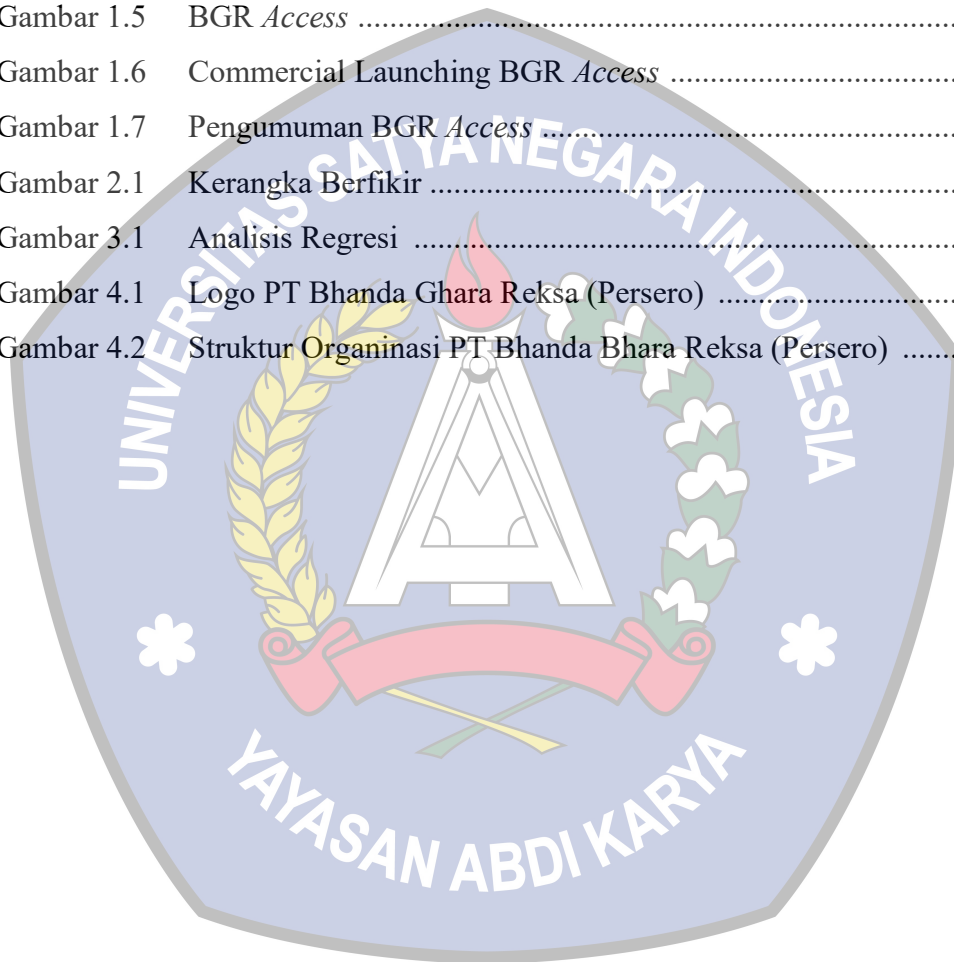
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	China ranked electronic manufacturing	1
Gambar 1.2	<i>Leading countries of e-waste worldwide in 2019</i>	2
Gambar 1.3	<i>These countries generate the most electronic waste</i>	3
Gambar 1.4	Jenis-jenis sampah elektronik rumah tangga	3
Gambar 1.5	BGR Access	6
Gambar 1.6	Commercial Launching BGR Access	6
Gambar 1.7	Pengumuman BGR Access	7
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	22
Gambar 3.1	Analisis Regresi	37
Gambar 4.1	Logo PT Bhandha Ghara Reksha (Persero)	39
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Bhandha Bhara Reksha (Persero)	41



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pembagian kuesioner	26
Tabel 3.2 Skala likert	28
Tabel 3.3 Operasionalisasi variabel	30
Tabel 3.4 Hasil validasi awal variabel X	32
Tabel 3.5 Hasil validasi awal variabel Y	33
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas awal variabel X	34
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas awal variabel Y	34
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	45
Tabel 4.2 Usia responden	46
Tabel 4.3 Domisili responden	47
Tabel 4.4 Kuesioner X 1	47
Tabel 4.5 Kuesioner X 2	48
Tabel 4.6 Kuesioner X 3	49
Tabel 4.6 Kuesioner X 4	50
Tabel 4.8 Kuesioner X 5	52
Tabel 4.9 Kuesioner X 6	53
Tabel 4.10 Kuesioner X 7	54
Tabel 4.11 Kuesioner X 8	55
Tabel 4.12 Kuesioner X 9	56
Tabel 4.13 Kuesioner X 10	57
Tabel 4.14 Kuesioner X 11	57

Tabel 4.15 Kuesioner X 12	57
Tabel 4.16 Kuesioner Y 1	58
Tabel 4.17 Kuesioner Y 2	59
Tabel 4.18 Kuesioner Y 3	60
Tabel 4.19 Kuesioner Y 4	61
Tabel 4.20 Kuesioner Y 5	62
Tabel 4.21 Kuesioner Y 6	63
Tabel 4.22 Kuesioner Y 7	64
Tabel 4.23 Kuesioner Y 8	64
Tabel 4.24 Kuesioner Y 9	65
Tabel 4.25 Kuesioner Y 10	66
Tabel 4.26 Hasil validasi variabel X	68
Tabel 4.27 Hasil validasi variabel Y	69
Tabel 4.28 Hasil reliabilitas variabel X	70
Tabel 4.29 Hasil reliabilitas variabel Y	71
Tabel 4.30 Hasil korelasi variabel	72
Tabel 4.31 Hasil hipotesis variabel	73
Tabel 4.32 Hasil determinasi variabel	74