

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL
KERTABUMI RECYCLING CENTER DALAM MENGELOLA
SAMPAH SEBAGAI UPAYA PENCAPAIAN *SUSTAINABILITY
DEVELOPMENT GOALS* (SDGs) TUJUAN KE 12 DAN 13**

SKRIPSI



OLEH

ZULFA INSYIRAH SALSABILA

20043010016

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KERTABUMI
RECYCLING CENTER DALAM MENGELOLA SAMPAH SEBAGAI
UPAYA PENCAPAIAN SUSTAINABILITY DEVELOPMENT GOALS (SDGs)
TUJUAN KE 12 DAN 13**

Disusun Oleh:



Zulfa Insyirah Salsabila

NPM. 20043010016

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Heidi Arviani, S.Sos, M.A

NIP. 198511072018032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Cahor Surmoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KERTABUMI
RECYCLING CENTER DALAM MENGELOLA SAMPAH SEBAGAI
UPAYA PENCAPAIAN *SUSTAINABILITY DEVELOPMENT GOALS* (SDGs)**

TUJUAN KE 12 DAN 13

Disusun Oleh:

Zulfa Insyirah Salsabila

NPM. 20043010016

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 28 Mei 2024

PEMBIMBING

Heidy Arviani, S.Sos. M.A
NIP. 198511072018032001

Tim Penguji,
Ketua

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

2.

Sekretaris

Heidy Arviani, S.Sos. M.A
NIP. 198511072018032001

3.

Anggota

Dian Hutami R., S.I.Kom., M.Med.Kom
NPT. 21219940920325

Mengetahui,
Ketua Tim Penguji Skripsi

Dr. Cahur Suratnoji, M.Si
NIP. 196804182021211006

iii

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfa Insyirah Salsabila
NPM : 20043010016
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Kertabumi Recycling Center Dalam Mengelola Sampah Sebagai Upaya Pencapaian *Sustainability Development Goals* (SDGs) Tujuan Ke 12 Dan 13

Dengan ini menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 2 Mei 2024

Yang Menyatakan,


SEPULUH RIBU RUPIAH
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
D1ALX144886030
(Zulfa Insyirah Salsabila)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Kertabumi Recycling Center Dalam Mengelola Sampah Sebagai Upaya Pencapaian *Sustainability Development Goals* (SDGs) Tujuan Ke 12 Dan 13” sebagai bentuk pertanggungjawaban akan tugas akhir perkuliahan.

Mulai dari penelitian sampai penulisan skripsi ini, penulis mengalami beberapa hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang memiliki arti besar bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini, baik berupa dorongan moril, materil, maupun doa. Karena pada dasarnya penulis yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selanjutnya izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, S.Sos, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Heidy Arviani, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar selalu mendukung dan membantu penulis untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan.
5. Abi, Umi, dan Mbak Jihan atas segala dukungan yang selalu diberikan, kasih sayang, dan doa yang selalu dipanjatkan tanpa pernah putus untuk penulis.
6. Ellen, Estherina, Prisca, Dina, Akbar, dan teman-teman angkatan 2020 yang selalu menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh staff dan jajaran manajemen Kertabumi Recycling Center yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan.
9. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, yang tidak pernah berhenti menaklukkan diri sendiri dan berhasil menyelesaikan jalan yang telah dipilih dengan menikmati segala alur perjalanan panjangnya.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin...

Surabaya, 29 Maret 2024

Penulis

Zulfa Insyirah Salsabila

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
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 Penelitian Secara Teoritis	9
1.4.2 Penelitian Secara Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka.....	15
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	15
2.2.2 Pemasaran Sosial.....	15
2.2.2.1 Pemasaran Sosial	15
2.2.2.2 Elemen-Elemen Pemasaran Sosial.....	17
2.2.2.3 Tahapan Pemasaran Sosial	20
2.2.3 Media Sosial.....	23
2.2.4 Pengelolaan Sampah	24
2.2.4.1 Pengertian Sampah	24
2.2.4.2 Jenis-Jenis Sampah	24

2.2.4.3	Pengelolaan Sampah	25
2.2.5	<i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	27
2.3	Kerangka Berpikir	31
BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Metode Penelitian	34
3.2	Jenis Penelitian	35
3.3	Definisi Konseptual	35
3.3.1	Strategi Komunikasi	35
3.3.2	Pemasaran Sosial	36
3.3.3	Pengelolaan Sampah	38
3.4	Lokasi Penelitian	38
3.5	Subjek Penelitian	39
3.6	Teknik Penentuan Informan	39
3.7	Teknik Pengumpulan Data	40
3.8	Teknik Analisis Data	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Umum Kertabumi Recycling Center	45
4.1.2	Sejarah Kertabumi Recycling Center	46
4.1.3	Program Lembaga Kertabumi Recycling Center	47
4.2	Identitas Informan	49
4.3	Penyajian dan Analisis Data	50
4.3.1	Menganalisis Lingkungan Pemasaran Sosial	52
4.3.2	Memilih Target Adopter dan Segmentasi Pasar	57
4.3.3	Mendesain Tujuan dan Strategi Program Pemasaran Sosial	60
4.3.4	Merencanakan Program Pemasaran Sosial	66
4.3.5	Pengorganisasian dan Implementasi Program	69
4.3.6	Mengontrol dan Evaluasi Program Pemasaran	75
4.4	Pembahasan	81
4.4.1	Menganalisis Lingkungan Pemasaran Sosial	83
4.4.2	Memilih Target Adopter dan Segmentasi Pasar	86

4.4.3	Mendesain Tujuan dan Strategi Program Pemasaran Sosial	89
4.4.4	Merencanakan Program Pemasaran Sosial	92
4.4.5	Pengorganisasian dan Implementasi Program	94
4.4.6	Mengontrol dan Evaluasi Program Pemasaran	96
BAB V PENUTUP		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tujuan Sustainable Development Goals (SDGs)	29
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 SIPSN Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2022	2
Gambar 1. 2 Informasi Aktivitas Workshop di Instagram Kertabumi	8
Gambar 2. 1 Produk-Produk Pemasaran Sosial	17
Gambar 2. 2 Tata Cara Teknik Operasional Pengelolaan Sampah.....	26
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman ...	42
Gambar 4. 1 Tempat Pemilahan Sampah	54
Gambar 4. 2 Kolaborasi Kertabumi dengan PT Rimba Makmur Utama.....	59
Gambar 4. 3 Instagram Kertabumi Recycling Center	62
Gambar 4. 4 Konten Ajakan Nonton Film Dokumenter	63
Gambar 4. 5 Feeds Instagram Kertabumi Recycling Center	64
Gambar 4. 6 Konten Foto dan Video Instagram Kertabumi Recycling Center	69
Gambar 4. 7 Kolaborasi Kertabumi Recycling Center dengan Gatsby Indonesia	72
Gambar 4. 9 Konten Produk Daur Ulang.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	106
Lampiran 2 Transkrip Informan 1	113
Lampiran 3 Transkrip Informan 2	117
Lampiran 4 Transkrip Informan 3	122
Lampiran 5 Transkrip Informan 4.....	127
Lampiran 6 Transkrip Informan 5	130
Lampiran 7 Transkrip Informan 6.....	131
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara	134
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian.....	136
Lampiran 10 Riwayat Hidup.....	137
Lampiran 11 Lembar Bimbingan Skripsi.....	138

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KERTABUMI
RECYCLING CENTER DALAM MENGELOLA SAMPAH SEBAGAI
UPAYA PENCAPAIAN *SUSTAINABILITY DEVELOPMENT GOALS* (SDGs)
TUJUAN KE 12 DAN 13**

Zulfa Insyirah Salsabila
20043010016

ABSTRAK

Persoalan lingkungan yang selalu menjadi permasalahan global yang serius dan penting adalah masalah sampah. Jumlah sampah yang semakin bertambah, namun tidak diimbangi dengan pengelolaan sampah yang baik dapat menyebabkan dampak yang serius terhadap pencemaran dan kerusakan lingkungan. Sehingga diperlukan kerja sama antara pemerintah, LSM dan masyarakat melalui berbagai langkah dalam melakukan pengelolaan sampah. Kertabumi Recycling Center sebagai komunitas dibidang lingkungan memiliki program pengelolaan sampah yang dijalankan dengan praktik kewirausahaan sosial sebagai solusi mengatasi permasalahan lingkungan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial komunitas Kertabumi Recycling Center Dalam Mengelola Sampah Sebagai Upaya Pencapaian *Sustainability Development Goals* (SDGs) Tujuan Ke 12 Dan 13. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengelola sampah, Kertabumi Recycling Center telah menjalankan strategi komunikasi pemasaran sosial yang dianalisis melalui enam tahapan. Strategi yang dilakukan mulai dari tahapan target pasar dan segmentasi pasar yang tidak dibatasi, strategi promosi yang digunakan yaitu melalui media sosial Instagram, aktif dalam berbagai komunitas dan bazar, melakukan perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi yang efektif sehingga melalui strategi pemasaran sosial ini mampu mengajak masyarakat untuk mengelola sampah.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemasaran Sosial, Pengelolaan Sampah, Kertabumi Recycling Center, *Sustainability Development Goals* (SDGs).

**SOCIAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF
KERTABUMI RECYCLING CENTER IN MANAGING WASTE AS AN
EFFORT TO ACHIEVE SUSTAINABILITY DEVELOPMENT GOALS
(SDGs) 12 AND 13**

ABSTRACT

An environmental issue that has always been a serious and important global problem is the problem of waste. The increasing amount of waste, but not balanced with good waste management, can cause serious impacts on environmental pollution and destruction. Therefore, cooperation between the government, NGOs and the community is needed through various steps in waste management. Kertabumi Recycling Center as a community in the environmental field has a waste management program that is run by social entrepreneurship practices as a solution to environmental problems. The purpose of this research is to find out how the social marketing communication strategy of the Kertabumi Recycling Center community in managing waste as an effort to achieve Sustainability Development Goals (SDGs) Goals 12 and 13. This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that in managing waste, Kertabumi Recycling Center has implemented a social marketing communication strategy that is analyzed through six stages. The strategies carried out start from the stages of target market and market segmentation that are not limited, the promotion strategy used is through Instagram social media, active in various communities and fairs, conducting effective planning, preparation, implementation and evaluation so that through this social marketing strategy is able to invite people to manage waste.

Keywords: *Communication Strategy, Social Marketing, Waste Management, Kertabumi Recycling Center, Sustainable Development Goals (SDGs).*