

ANALISIS ISI UNSUR *ENVIRONMENTAL SOCIAL GOVERNANCE* (ESG)

DALAM IKLAN KONTEN YOUTUBE GRAB INDONESIA 2023

Skripsi



Oleh

Lintang Bagas Pratama

20043010145

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS ISI UNSUR ENVIRONMENTAL SOCIAL GOVERNANCE (ESG) DALAM
IKLAN KONTEN YOUTUBE GRAB INDONESIA 2023

Disusun oleh:

Lintang Bagas Pratama
NPM. 20043010145

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING

Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS ISI UNSUR ENVIRONMENTAL SOCIAL GOVERNANCE (ESG) DALAM IKLAN KONTEN YOUTUBE GRAB INDONESIA 2023

Disusun oleh:

Lintang Bagas Pratama

NPM. 20043010145

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 9 Juli 2024

Pembimbing

Tim Penguji
Ketua

Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun
NPT. 384031002991
Sekretaris

2.

Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001
Anggota

3.

Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Gatut Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lintang Bagas Pratama

NPM : 20043010145

Fakultas/Progam Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Analisis Isi Unsur Environmental Social Governance (ESG) Dalam Iklan Konten Youtube Grab Indonesia 2023*" merupakan hasil tulisan sekaligus penelitian yang telah disusun tanpa melakukan plagiarisme.

Adapun skripsi ini telah ditulis dan disusun berdasarkan aturan sitasi yang sesuai. Apabila dikemudian hari terdapat bukti penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 Juli 2024

Penyusun



Lintang Bagas Pratama

Kata Pengantar

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi berjudul "**Analisis Isi Unsur *Environment Social Governance* (ESG) dalam Iklan Konten Youtube Grab Indonesia 2023**" dengan baik.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang membantu dan membimbing menyusun proposal skripsi ini, karena penulis tahu bahwa tanpa pihak pihak yang berperan, proposal skripsi ini tidak akan lengkap. Pihak pihak yang berperan diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing, membantu, dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Semua pihak lain yang telah berperan dalam membantu penyusunan proposal skripsi ini.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Pustaka.....	16
2.2.1 internet.....	16
2.2.3.Komunikasi Keberlanjutan.....	16
2.2.4 media sosial	17
2.2.5 Iklan	18
2.2.6 ESG.....	19
2.2.7 Grab	23
2.3. Kerangka berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional	27

3.2.1 ESG.....	27
3.3 Kategorisasi	27
3.4 Unit Analisis, Populasi & Sampel Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.5.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	30
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Profile Umum Grab Indonesia.....	35
4.1.2 Gambaran umum Youtube Grab Indonesia.....	35
4.2 Penyajian Analisi Data	37
4.3 Uji Reliabilitas	37
4.3.1 Kategori Enviromental.....	37
4.3.2. Kategori Social.....	42
4.3.3 Kategori Governance.....	48
4.3.4 Keseluruhan Uji Reabilitas Kategori Environtment.....	55
4.3.5 Keseluruhan Uji Reabilitas Kategori Social.....	56
4.3.6 Keseluruhan Uji Reabilitas Kategori Governance.....	57
4.4 Hasil.....	57
4.4.1 Presentase dan Frekuensi Kategori Environment.....	59
4.4.2 Presentase dan Frekuensi Kategori Social.....	60
4.4.3 Presentase dan Frekuensi Kategori Governance.....	61
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Kategori Environmental.....	66
4.5.2 Kategori Social.....	70
4.5.3 Kategori Governance.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Youtube Grab Indonesia.....	64
Gambar 4.2 Postingan di akun Youtube Grab Indonesia yang bernama “Fitur Grabfood Dine in Buat Cari Resto Rekomendasi yang sesuai untukmu”.....	67
Gambar 4.3 Postingan di akun Youtube Grab Indonesia yang bernama “Cerita Perjuangan Mitra, Pokoknya #Percaya Manfaatnya Nyata”.....	73
Gambar 4.4 Postingan di akun Youtube Grab Indonesia yang bernama “Full Dijagain jalan Jalan Pakai Dukungan Perjalanan”.....	77
Gambar 4.5 ESG Report Grab selama tahun 2023	85
Gambar 4.6 Salah satu rangkuman ESG Report Grab selama 2023	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Kategorisasi.....	27
Tabel 4.1 Kategorisasi.....	38
Tabel 4.2 Kategori Enviromental.....	38
Tabel 4.3 Kategori Enviromental.....	40
Tabel 4.4 kategori Enviromanetal.....	42
Tabel 4.5 Kategori Social.....	44
Tabel 4.6 Kategori Social.....	46
Tabel 4.7 Kategori Social.....	48
Tabel 4.8 Kategori Governance	50
Tabel 4.9 Kategori Governance	53
Tabel 4.10 Kategori Governance	55
Tabel 4.11 Data uji reabilitas kategori Environment	57
Tabel 4.12 Data uji reabilitas kategori Social	58
Tabel 4.13 Data uji reabilitas kategori Governance.....	59
Tabel 4.14 Presentase dan frekuensi kategori Environment	61
Tabel 4.15 Presentase dan frekuensi kategori Social.....	61
Tabel 4.16 Presentase dan frekuensi kategori Governance.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Coding Sheet	93
Dokumentasi postingan Enviromental	96
Dokumentasi postingan Social	99
Dokumentasi postingan Governance.....	106

ABSTRAK

ANALISIS ISI UNSUR ENVIRONMENTAL SOCIAL GOVERNANCE (ESG)

DALAM IKLAN KONTEN YOUTUBE GRAB INDONESIA 2023

Grab, sebagai salah satu perusahaan teknologi besar di Asia Tenggara, telah menunjukkan komitmen kuat terhadap penerapan prinsip-prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam operasionalnya. Dalam upaya untuk mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai inisiatif ESG yang diterapkannya, Grab memanfaatkan platform media sosial YouTube sebagai media komunikasi. Youtube dipilih karena merupakan salah satu media sosial mainstream yang memiliki audiens dengan jumlah yang besar. Melalui konten video iklan yang dikemas menarik, Grab menampilkan berbagai konten promosi dan tutorial yang memiliki aspek keberlanjutan. Konten-konten memiliki isi yang memberikan informasi mengenai langkah-langkah yang diambil Grab untuk ikut memiliki andil dalam upaya keberlanjutan yang dikemas dengan unsur ESG. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif deskriptif Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat unsur ESG dengan dalam postingan konten di akun Youtube Grab Indonesia selama 2023. Hasil menunjukkan bahwa, unsur ESG yang dominan adalah *Governance* yang didominasi oleh sub kategori akuntabilitas dan transparansi.

Kata Kunci : ESG, Analisis isi, Periklanan, Media sosial

ABSTRACT

ANALISIS ISI UNSUR ENVIRONMENTAL SOCIAL GOVERNANCE (ESG)

DALAM IKLAN KONTEN YOUTUBE GRAB INDONESIA 2023

Grab, as one of the major technology companies in Southeast Asia, has demonstrated a strong commitment to implementing *Environmental, Social, and Governance* (ESG) principles in its operations. To educate and raise public awareness about the ESG initiatives it implements, Grab leverages the YouTube social media platform as a communication medium. YouTube was chosen because it is one of the mainstream social media platforms with a large audience. Through engagingly packaged video ads, Grab features various promotional and tutorial content with sustainability aspects. These contents provide information about the steps Grab is taking to contribute to sustainability efforts, packaged with ESG elements. The research method used is descriptive quantitative. The data analysis technique used is content analysis. The results of this study indicate that there are ESG elements in the content posted on the Grab Indonesia YouTube account during 2023. The results show that the dominant element was governance was represented by transparency and accountability.

Keywords : *ESG, content analysis, advertising, Social Media*