

PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP ADOPSI INOVASI PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN PADA PEDAGANG PASAR PAPERINGAN TEMANGGUNG

Putri Nurul Faizah



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP ADOPSI INOVASI PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN PADA PEDAGANG PASAR PAPERINGAN” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini, saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Putri Nurul Faizah
NIM. I3401221124



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

PUTRI NURUL FAIZAH. Pengaruh Komunikasi terhadap Adopsi Inovasi Perilaku Ramah Lingkungan pada Pedagang Pasar Papringan Temanggung. Di bawah bimbingan NINUK PURNANINGSIH.

Pasar Papringan merupakan wisata berbasis *Community Based Tourism* (CBT) yang mengadopsi inovasi perilaku ramah lingkungan. Penelitian ini menganalisis pengaruh karakteristik pedagang dan komunikasi inovasi terhadap persepsi inovasi serta keputusan adopsi inovasi perilaku ramah lingkungan pada pedagang kuliner Pasar Papringan. Penelitian menggunakan pendekatan *mixed method* dengan kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi lapangan, dianalisis menggunakan SEM-PLS, melibatkan 70 pedagang kuliner sebagai responden. Hasil menunjukkan karakteristik pedagang tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi inovasi maupun keputusan adopsi. Komunikasi inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi inovasi, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan adopsi. Persepsi inovasi juga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan adopsi. Temuan ini mengindikasikan keputusan adopsi lebih dipengaruhi norma sistem sosial yang terlembagakan dibandingkan karakteristik individu atau komunikasi.

Kata kunci: Adopsi inovasi, komunikasi inovasi, perilaku ramah lingkungan, model SEMPLS

ABSTRACT

PUTRI NURUL FAIZAH. The Effect of Communication on the Adoption of Environmentally Friendly Behavioral Innovations among Culinary Traders at Pasar Papringan, Temanggung. Supervised by NINUK PURNANINGSIH.

Pasar Papringan is a form of *Community Based Tourism* (CBT) that has adopted environmentally friendly behavioral innovations. This study analyzes the influence of traders' characteristics and innovation communication on innovation perception and adoption decision at Pasar Papringan. A mixed-methods approach was used, with questionnaires, in-depth interviews, and field observations, analyzed using SEM-PLS, involving 70 culinary traders as respondents. Results show traders' characteristics have no significant effect on innovation perception or adoption decision. Innovation communication has a significant positive effect on innovation perception, but no significant effect on adoption decision. Innovation perception also has no significant effect on adoption decision. These findings indicate that adoption decision is more strongly influenced by institutionalized social norms than by individual characteristics or communication.

Keywords: adoption of innovation, environmentally friendly behavior, Innovation communication, SEM-PLS model



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP ADOPSI INOVASI PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN PADA PEDAGANG PASAR PAPRINGAN TEMANGGUNG

Putri Nurul Faizah

Skripsi
Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi terhadap Adopsi Inovasi Perilaku Ramah Lingkungan pada Pedagang Pasar Papringan Temanggung

Nama : Putri Nurul Faizah

NIM : I3401221124

Disetujui Oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Ninuk Purnaningsih, M.Si



Diketahui Oleh

Ketua Program Studi

Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

Dr. Ir. Ninuk Purnaningsih, M.Si

NIP. 196901081993032001



Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan

Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia

Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, SP, M.Si.

NIP 197211032005012002



Tanggal Ujian:

28 Juli 2026

Tanggal Pengesahan:

11 AUG 2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan Rahmat dan karunia serta ilmu kemajuan dalam berfikir, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi terhadap Adopsi Inovasi Perilaku Ramah Lingkungan pada Pedagang Pasar Papringan Temanggung”** untuk memenuhi syarat kelulusan penulis di Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Selama penulisan, penulis menyadari bahwa tidak akan mampu membuat tulisan ini tanpa dukungan dan bantuan orang-orang terdekat penulis. Berkat dukungan dan doa mereka, akhirnya penulis mampu menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Ninuk Purnaningsih, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh responden dan informan, yang meliputi Pedagang Kuliner, Komunitas Spedagi, dan Pengelola Pasar Papringan Temanggung yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan selama penulisan karya tulis ini.
3. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa terbaik serta dukungan dan motivasi untuk terus menyelesaikan penulisan karya tulis ini dengan baik.
4. Sahabat-sahabat penulis, Arisma, Arfan, Tiara, Della, dan Zarfina yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk selalu berjuang.
5. Teman-teman se-bimbingan, Steven dan Rena, yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman kelompok Ko-Kreasi yang selalu memberi semangat dan menjadi ruang bercerita selama penyusunan skripsi ini.
7. Teman teman VICIAS 59 Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga TACI 1.0 dan PRPM IPB dan Keluarga besar PANDAWA Mas Mbak Kab. Magelang 2026 yang kebersamaan dan membantu penulis selama menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan guna perbaikan di masa yang akan datang.

Terimakasih penulis ucapkan atas perhatiannya.

Bogor, Juli 2026

Putri Nurul Faizah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penulisan	4
II PENDEKATAN TEORITIS	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Konsep Perilaku Ramah Lingkungan	5
2.1.2 Karakteristik Pedagang	6
2.1.3 Komunikasi Inovasi	7
2.1.4 Adopsi Inovasi	9
2.1.5 Persepsi Pedagang terhadap Inovasi	10
2.2 Kerangka Penelitian	13
2.3 Hipotesis	14
III PENDEKATAN LAPANG	15
3.1 Metode Penelitian	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	16
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	17
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	18
3.7 Definisi Operasional	19
3.7.1 Karakteristik Pedagang	19
3.7.2 Komunikasi Inovasi yang Diterapkan oleh Pedagang Pasar Papringan	20
3.7.3 Persepsi Pedagang terhadap Inovasi Perilaku Ramah Lingkungan	21
3.7.4 Keputusan Inovasi Perilaku Ramah Lingkungan pada Pedagang	23
IV GAMBARAN UMUM	25
4.1 Kondisi Geografis dan Potensi Pasar Papringan	25
4.2 Sejarah Pasar Papringan	277
4.3 Struktur Organisasi dan Pengelolaan Pasar	29
4.4 Konsep ramah Lingkungan pada Pasar Papringan	31
V KARAKTERISTIK PEDAGANG KULINER DI PASAR PAPRINGAN, TEMANGGUNG	35
5.1 Karakteristik Pedagang Kuliner Pasar Papringan	35
5.2 Ikhtisar	40
VI KOMUNIKASI INOVASI YANG DITERAPKAN OLEH PEDAGANG PASAR PAPRINGAN	41
6.1 Inovasi	41
6.2 Saluran Komunikasi	43
6.3 Jangka Waktu	45

6.4 Sistem Sosial	45
6.5 Ikhtisar	47
VII PERSEPSI PEDAGANG PADA PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN	51
7.1 Keuntungan Relatif	51
7.2 Kesesuaian	52
7.3 Kerumitan	56
7.4 Kemungkinan Dicoba	56
7.5 Kemudahan Diamati	58
7.6 Ikhtisar	61
VIII KEPUTUSAN INOVASI PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN PADA PEDAGANG PASAR PAPRINGAN	65
8.1 Keputusan Adopsi di Kawasan Pasar	65
8.2 Keputusan Adopsi di Lapak	69
8.3 Ikhtisar	71
IX PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KEPUTUSAN ADOPSI INOVASI PEDAGANG KULINER PASAR PAPRINGAN	73
9.1 Tahapan dalam Analisis Metode SEM-PLS	73
9.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Indikator melalui Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	73
9.3 Pengujian Hipotesis melalui Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	77
X PENUTUP	85
10.1 Simpulan	85
10.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91
RIWAYAT HIDUP	137