



STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PEMULUNG DENGAN KEBERHASILAN PROGRAM CSR (Kasus: Danone AQUA pada Program '*Recycling Business Unit*')

HANA NURKHALIZA



**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



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 titik 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 saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pemulung dengan Keberhasilan Program CSR (Kasus: Danone-AQUA pada Program ‘Recycling Business Unit’)” 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, September 2025

Hana Nurkhaliza
I3401211128



ABSTRAK

HANA NURKHALIZA. Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pemulung dengan Keberhasilan Program CSR (Kasus: Danone-AQUA pada Program ‘*Recycling Business Unit*’). Di bawah bimbingan ANNA FATCHIYA.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui *Recycling Business Unit* (RBU) Danone-AQUA di Tangerang Selatan mendukung pengelolaan sampah plastik dan peningkatan kesejahteraan pemulung. Penelitian ini menganalisis tingkat efektivitas strategi komunikasi CSR, tingkat partisipasi masyarakat, serta hubungannya dengan tingkat keberhasilan program. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif didukung kualitatif dengan *purposive sampling* terhadap 45 pemulung, dilengkapi wawancara mendalam dengan pihak CSR, koordinator, dan responden. Analisis dilakukan menggunakan uji korelasi *rank spearman* dan interpretasi kualitatif. Hasil menunjukkan strategi komunikasi yang dominan adalah *stakeholder informational strategy*. Tingkat partisipasi masyarakat pemulung paling tinggi berada pada pelaksanaan dan kebermanfaatan. Keberhasilan program dikategorikan cukup berhasil pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, dengan dampak tertinggi pada peningkatan pendapatan. Hasil korelasi signifikan positif menegaskan pentingnya komunikasi responsif dalam memperkuat partisipasi dan mendukung keberhasilan program CSR berbasis daur ulang secara berkelanjutan. Kata kunci: CSR, daur ulang, keberhasilan program, partisipasi masyarakat, strategi komunikasi.

ABSTRACT

HANA NURKHALIZA. Communication Strategies to Enhance Waste Picker Community Participation and CSR’s Program Success (Case: Danone-AQUA’s ‘*Recycling Business Unit*’ Program). Supervised by ANNA FATCHIYA.

This study examines Danone-AQUA’s Recycling Business Unit (RBU) CSR program in South Tangerang, which supports plastic waste management and scavengers’ welfare. The research analyzes the effectiveness of communication strategies, levels of community participation, and their relationship with program success. A mixed-methods approach was applied, combining a quantitative survey of 45 scavengers (*purposive sampling*) with qualitative interviews involving CSR representatives, program coordinators, and participants. Data were analyzed using Spearman’s rank correlation and qualitative interpretation. Findings show that the stakeholder informational strategy was the most dominant communication approach. Scavengers’ participation was highest in program implementation and benefit realization, while program success was moderately achieved across social, economic, and environmental dimensions, with the strongest impact on income. Significant positive correlations highlight the importance of responsive communication in strengthening participation and ensuring the sustainable success of recycling-based CSR initiatives.

Keywords: CSR, community participation, communication strategies, program success, recycling



©Hak cipta milik IPB University

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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
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.



STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PEMULUNG DENGAN KEBERHASILAN PROGRAM CSR

(Kasus: Danone-AQUA pada Program ‘*Recycling Business Unit*’)

HANA NURKHALIZA

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

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.

**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Tim Pengaji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Dyah Retna Puspita, M.Hum.
- 2 Zessy Ardinal Barlan S.Kpm, M.Si.

©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.





Nama
NIM

@Hak cipta milik IPB University

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pemulung dengan Keberhasilan Program CSR (Kasus: Danone-AQUA pada Program 'Recycling Business Unit')
: Hana Nurkhaliza
: I3401211128

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.

Disetujui oleh

Pembimbing:
Prof. Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si

Diketahui oleh

Ketua Ketua Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat:

Prof. Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si
NIP. 196811211997022001



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 titik 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 atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya bagi penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pemulung dengan Keberhasilan Program CSR (Kasus: Danone-AQUA pada Program ‘*Recycling Business Unit*’).”. Naskah skripsi ini dibuat oleh penulis untuk memenuhi syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar karena adanya dukungan, doa serta bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, serta motivasi untuk Penulis selama proses penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Erwin Makmur dan Ibu Rosidah selaku orang tua Penulis, Abang Hilmy dan Kakak Fasa yang berjuang untuk kehidupan Penulis. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan saudara tercinta. Terima kasih sudah memberikan doa dan segala dukungan sehingga Penulis mampu menyelesaikan skripsi;
3. Staf Koperasi Pemulung Berdaya Tangerang Selatan yang senantiasa membantu dalam pengambilan data Penulis;
4. Masyarakat Cipeucang, Tangerang Selatan, yang merupakan penerima bantuan program *Recycling Business Unit* Danone-AQUA;
5. Keluarga Eow yaitu Lingling, Price, Kojay, Dayen, Gisha, Ami, Acha, Karin dan Ceh selaku sahabat penulis serta yang memberikan dukungan kepada Penulis;
6. Dhiyung, Dungsi, Pice, Fika, Nopal, Uwi, Kayla, Andrin, Doncah, Aul, Aceng, Bil, Halim dan Jeje selaku teman dekat penulis yang telah membantu Penulis dalam proses penulisan;
7. Hahahihi, Letsgow, dan KKN Kaliwulu selaku teman sepermainan Penulis;
8. Brili, Dungsi, dan Divra selaku rekan seerbimbangan Penulis; dan
9. Teman-teman Orvion SKPM 58 yang telah membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini sehingga penulis menerima saran dan kritik yang membangun dari pihak lain agar penelitian ini menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini mampu memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Bogor, September 2025

Hana Nurkhaliza



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 titik merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
II PENDEKATAN TEORITIS	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Strategi Komunikasi	5
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	7
2.1.3 Partisipasi Masyarakat	9
2.1.4 Pemberdayaan Masyarakat	10
2.1.5 Keberhasilan Program CSR	11
2.2 Kerangka Pemikiran	13
2.3 Hipotesis	14
III METODE PENELITIAN	15
3.1 Waktu dan Tempat	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	16
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	18
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	18
3.7 Definisi Operasional	19
3.7.1 Tingkat Efektivitas Strategi Komunikasi	19
3.7.2 Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemulung	20
3.7.3 Tingkat Keberhasilan Program CSR	22
IV GAMBARAN UMUM	25
4.1 Koperasi Pemulung Berdaya	25
4.2 Program <i>Recycling Business Unit</i> pada Danone-AQUA	27
4.2.1 Sejarah Recycling Business Unit (RBU)	27
4.2.1 Lokasi dan Struktur <i>Recycling Business Unit</i> (RBU)	28
4.3 Karakteristik Responden	30
4.3.1 Usia	30
4.3.2 Jenis Kelamin	31
4.3.3 Pendidikan	31
4.3.4 Lama Bekerja	32
4.3.5 Jangka Waktu Mendapatkan Bantuan Program	33
V HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Tingkat Efektivitas Strategi Komunikasi	35
5.1.1 <i>Stakeholder Informational Strategy</i>	36
5.1.2 <i>Stakeholder Response Strategy</i>	38



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.

5.1.3 <i>Stakeholder Involvement Strategy</i>	40
5.2 Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemulung	41
5.2.1 Partisipasi Masyarakat dalam Pengambilan Keputusan atau Perencanaan	43
5.2.2 Partisipasi Masyarakat dalam Melakukan Pelaksanaan	45
5.2.3 Partisipasi Masyarakat dalam Menghasilkan Kebermanfaatan	46
5.2.4 Partisipasi Masyarakat dalam Menghasilkan Evaluasi	48
5.3 Tingkat Keberhasilan Program CSR	50
5.3.1 Aspek Sosial (<i>People</i>)	52
5.3.2 Aspek Ekonomi (<i>Profit</i>)	53
5.3.3 Aspek Lingkungan (<i>Planet</i>)	55
5.4 Korelasi Tingkat Efektivitas Strategi Komunikasi dengan Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemulung	57
5.5 Korelasi Tingkat Efektivitas Strategi Komunikasi dengan Tingkat Keberhasilan Program CSR	58
5.6 Korelasi Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemulung dengan Tingkat Keberhasilan Program CSR	60
5.7 Tabulasi Silang Korelasi Tingkat Efektivitas Strategi Komunikasi dengan Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemulung dan Tingkat Keberhasilan Program CSR	61
VI VI SIMPULAN DAN SARAN	63
6.1 Simpulan	63
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	94