

**STRATEGI PROGRAM *ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY*
AWARENESS NUTRIFOOD DALAM MENGEMBANGKAN
*BRAND PURPOSE***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Marcella Nathania Shandy

00000027281

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**STRATEGI PROGRAM *ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY*
AWARENESS NUTRIFOOD DALAM MENGEMBANGKAN
*BRAND PURPOSE***



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Marcella Nathania Shandy

00000027281

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Marcella Nathania Shandy
NIM : 00000027281
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Strategi Program *Environmental Sustainability Awareness* Nutrifood dalam Mengembangkan *Brand Purpose*”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik, yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensinya dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Jakarta, 15 Juni 2022



Marcella Nathania Shandy

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Program *Environmental Sustainability Awareness* Nutrifood
dalam Mengembangkan *Brand Purpose*”

Oleh

Nama : Marcella Nathania Shandy
NIM : 00000027281
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Juni 2022

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.

NIDN: 0309109001

Penguji



Selvi Amalia, S.Pi, M.Si.

NIDN: 0325108004

Dosen Pembimbing

Angga Ariestya, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0311048505

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.

NIDN: 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Marcella Nathania Shandy
NIM : 00000027281
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Program *Environmental Sustainability Awareness* Nutrifood dalam Mengembangkan *Brand Purpose*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Marcella Nathania Shandy)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Program *Environmental Sustainability Awareness* Nutrifood dalam Mengembangkan *Brand Purpose*” yang telah disusun dengan baik. Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan *Strategic Communication* Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Harapan dari penelitian ini adalah guna memberikan manfaat bagi perusahaan terkait untuk semakin mengembangkan keberlanjutan di dalam proses bisnisnya terutama di dalam ranah komunikasi, sehingga dapat berkembang lebih baik lagi. Serta penelitian ini dapat menjadi acuan perusahaan lain dalam mengembangkan proses bisnis yang berkelanjutan.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Inco Harry Perdana, S.I.Kom, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yang sudah memberikan banyak pembekalan selama masa perkuliahan sehingga mahasiswa siap dalam menghadapi skripsi.
4. Angga Ariestya, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. Angelique Dewi Permatasari, Edwin Chandra, dan Kenny Liana Siswanto selaku informan pada skripsi saya, yang sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai serta memberikan dukungan moral untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang Tua, oma, adik, dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan material dan moral, dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Prajna Paramitha, Gabriela Fanny, Jaslyn Amanda, Kaylina Ivani, serta semua teman-teman yang berjuang bersama dan selalu memberikan dukungan serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Aktivistis gereja yang selalu memberikan dukungan dalam doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis menerima kritik serta saran agar dapat menjadi lebih baik lagi. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Jakarta, 14 Juni 2022



Marcella Nathania Shandy



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI PROGRAM *ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY*
AWARENESS NUTRIFOOD DALAM MENGEMBANGKAN
*BRAND PURPOSE***

Marcella Nathania Shandy

ABSTRAK

Meningkatnya permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh sektor industri di Indonesia dan dunia, menjadi keresahan dan *concern* beberapa pihak di dunia saat ini. Keresahan tersebut membuat Nutrifood tergerak untuk berkontribusi dengan mengimplementasikan program keberlanjutan di dalam proses bisnisnya. Dalam hal ini Nutrifood menerapkan program *environmental sustainability awareness* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan akan bumi, lingkungan, dan masyarakat atas dampak yang dihasilkan dari proses bisnisnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi program *environmental sustainability awareness* yang diterapkan oleh Nutrifood dalam mengembangkan *brand purpose*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan metode studi kasus dengan acuan konsep *corporate sustainability*, *corporate sustainability communication*, dan *brand purpose*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam atau semi terstruktur, observasi, dan studi literatur. Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber menurut John W. Creswell (2014). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Nutrifood dalam program *environmental sustainability awareness* berupa edukasi terkait keberlanjutan dan kerjasama dengan berbagai *stakeholder*, dapat mengembangkan *brand purpose* dan mendorong *corporate sustainability*.

Kata kunci: *Brand Purpose*, *Environmental Sustainability Awareness*, Nutrifood, Strategi Program

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***NUTRIFOOD ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY
AWARENESS STRATEGY PROGRAM
IN DEVELOPING BRAND PURPOSE***

Marcella Nathania Shandy

ABSTRACT

The increasing environmental problems caused by the industrial sector in Indonesia and the world have become a concern and concern for several parties in the world today. This concern motivated Nutrifood to contribute by implementing sustainability programs in its business processes. In this case, Nutrifood implements an environmental sustainability awareness program as a form of corporate responsibility for the earth, the environment and society for the impacts resulting from its business processes. The purpose of this study was to find out how the environmental sustainability awareness program strategy implemented by Nutrifood in developing the brand purpose. This research is a descriptive qualitative research that uses a case study method with reference to the concept of corporate sustainability, corporate sustainability communication, and brand purpose. Data was collected by means of in-depth or semi-structured interviews, observation, and literature study. To test the validity of the data, this study used source triangulation according to John W. Creswell (2014). The results obtained indicate that the strategy used by Nutrifood in the environmental sustainability awareness program in the form of education related to sustainability and collaboration with various stakeholders, can develop brand purpose and encourage corporate sustainability.

Keywords: *Brand Purpose, Environmental Sustainability Awareness, Nutrifood, Program Strategy*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	7
1.6 Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI DAN KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep yang Digunakan	13
2.2.1 Corporate Sustainability	14
2.2.2 Corporate Sustainability Communication	16
2.2.3 Brand Purpose	19
2.3 Alur Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	22
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Key Informan dan Informan	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Keabsahan Data	26
3.7 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	28
4.1.1 Subjek Penelitian	28
4.1.2 Objek Penelitian	29
4.2 Hasil Penelitian	30
4.2.1 Latar Belakang dan Tujuan Program Sustainability	30

4.2.2	Komunikasi Korporat sebagai Cara untuk Mendapat Dukungan Terlaksananya Kegiatan Environmental Sustainability Awareness	38
4.2.3	Upaya Mengembangkan Brand Purpose.....	44
4.3	Pembahasan	50
4.3.1	Strategi Program Environmental Sustainability Awareness dalam Mengembangkan Brand Purpose.....	50
4.3.2	Tantangan yang Dihadapi dalam Mengembangkan Brand Purpose	65
4.3.3	Brand Purpose Mendorong Corporate Sustainability	72
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Simpulan	77
5.2	Saran	78
5.2.1	Saran Akademis.....	78
5.2.2	Saran Praktis.....	79
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN	82

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
--------------------------------------	----



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik <i>Global Plastic Production by Industrial Sector</i>	1
Gambar 1. 2 Sustainable Development Goals.....	2
Gambar 1. 3 <i>Dropbox</i> Sampah Kemasan Nutrifood.....	4
Gambar 2. 1 Corporate Sustainability and Other Related Terms	15
Gambar 2. 2 Proses Terbentuknya Brand Purpose	20
Gambar 4. 1 Logo Nutrifood.....	29
Gambar 4. 2 Partisipasi Nutrifood dalam Menerapkan Point-Point SDGs.....	51
Gambar 4. 3 Edukasi dengan Mengundang Narasumber.....	52
Gambar 4. 4 <i>Group WhatsApp Green Committee</i>	54
Gambar 4. 5 Kegiatan yang dilakukan di Rumah.....	55
Gambar 4. 6 Pemanfaat yang Bekerjasama dengan Nutrifood	56
Gambar 4. 7 Poster Kegiatan <i>Workshop</i> dengan Pihak Eksternal.....	57
Gambar 4. 8 <i>Dropbox</i> Sampah Kemasan.....	58
Gambar 4. 9 Data Sampah <i>Dropbox</i> yang Berhasil Terolah.....	58
Gambar 4. 10 Edukasi Kesehatan Melalui Poster	59
Gambar 4. 11 Konten Nutrifood.....	61
Gambar 4. 12 <i>Campaign</i> Nutrifood.....	62
Gambar 4. 13 Program yang Dipublikasikan oleh Media.....	63
Gambar 4. 14 Poster Terkait <i>Sustainability Lifestyle</i>	64
Gambar 4. 15 Sosialisasi Program Pemilahan Sampah Nhub.....	66
Gambar 4. 16 Konten Edukasi <i>Sustainable Lifestyle</i>	67
Gambar 4. 17 Program untuk Mengajak Masyarakat Terlibat Kegiatan <i>Sustain</i> ..	68
Gambar 4. 18 Konten Sederhana untuk Menyampaikan Pesan	69
Gambar 4. 19 Data Pengolahan Sampah.....	70
Gambar 4. 20 Form Evaluasi Kegiatan yang Telah Dilakukan.....	71
Gambar 4. 21 Tujuan yang Ingin Dicapai Nutrifood.....	73
Gambar 4. 22 Instagram Live dengan Narasumber	74
Gambar 4. 23 Edukasi Terkait <i>Flexitarian Diet</i>	75

U I V I N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

A.	Lampiran Protokol Wawancara	82
B.	Lampiran Transkrip Wawancara	83
C.	Lampiran Hasil Open Coding Dengan NVivo	119
D.	Lampiran Hasil Axial Coding Dengan NVivo.....	122
E.	Lampiran Lembar Pengecekan Plagiarism Turnitin.....	123
F.	Lampiran Formulir Kartu Bimbingan Strata Satu	124
G.	Lampiran Curriculum Vitae (CV).....	126

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA