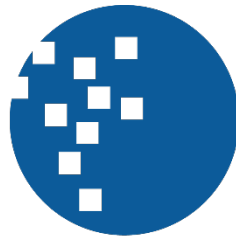


**PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE
MENGENAI PENYELENGGARAAN SHELL ECO-
MARATHON 2023 DI MANDALIKA TERHADAP *GREEN*
BRAND IMAGE SHELL DI INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Roderick Kurniawan

0000044101

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE
MENGENAI PENYELENGGARAAN SHELL ECO-
MARATHON 2023 DI MANDALIKA TERHADAP *GREEN*
BRAND IMAGE SHELL DI INDONESIA**



Skripsi

Roderick Kurniawan

0000044101

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Roderick Kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044101

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE MENGENAI
PENYELENGGARAAN SHELL ECO-MARATHON 2023 DI
MANDALIKA TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* SHELL DI
INDONESIA**

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 dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

Jakarta, 29 Mei 2024



Roderick Kurniawan

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE MENGENAI PENYELENGGARAAN SHELL ECO-MARATHON 2023 DI MANDALIKA TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* SHELL DI INDONESIA

Oleh:

Nama : Roderick Kurniawan
NIM : 00000044101
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Selasa, 11 Juni 2024
Pukul 09.00 WIB s/d selesai dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Silvanus Alvin
Digitally signed
by Silvanus Alvin
Date: 2024.06.26
07:59:00 +07'00'

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

NIDN 0309109001

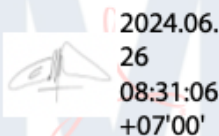
Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0306027102

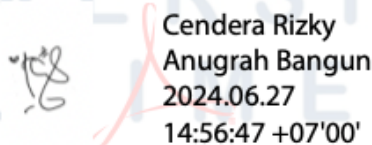
Pembimbing


2024.06.
26
08:31:06
+07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.

NIDN 0320109004

Ketua Program Studi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.27
14:56:47 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Roderick Kurniawan
NIM : 00000044101
Program Studi : Komunikasi Strategi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE
MENGENAI PENYELENGGARAAN SHELL ECO-MARATHON
2023 DI MANDALIKA TERHADAP GREEN BRAND IMAGE
SHELL DI INDONESIA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Jakarta, 29 Mei 2024



Roderick Kurniawan

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat penyertaan-Nya dan rahmat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE MENGENAI PENYELENGGARAAN SHELL ECO-MARATHON 2023 DI MANDALIKA TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* SHELL DI INDONESIA”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Strategic Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Para responden penulis yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga saya yang telah memberikan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Semua senior dan alumni dari Universitas Multimedia Nusantara, ucapan terima kasih atas semua wejangan dan ilmu yang diberikan.
8. Teman-teman dan sahabat Fakultas Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara.

Besar harapan dari peneliti bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi saran untuk mengembangkan riset serta pembahasan di lingkup ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan teori yang diangkat.

Jakarta, 29 Mei 2024



Roderick Kurniawan

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI DI MEDIA ONLINE MENGENAI
PENYELENGGARAAN SHELL ECO-MARATHON 2023 DI
MANDALIKA TERHADAP GREEN BRAND IMAGE SHELL DI
INDONESIA**

Roderick Kurniawan

ABSTRAK

Tren kepedulian lingkungan yang semakin meningkat telah memengaruhi minat masyarakat dalam membeli produk ramah lingkungan. Shell diketahui sebagai salah satu perusahaan terdepan dalam pencarian energi terbarukan dengan program unggulan, yaitu Shell Eco-marathon, yang tahun ini diadakan kembali di Mandalika dengan skala yang lebih besar dari sebelumnya. Dengan penyebaran informasi melalui media *online* dan pentingnya citra hijau bagi sebuah perusahaan, penelitian ini akan fokus pada bagaimana paparan informasi mengenai Shell Eco-marathon Mandalika 2023 melalui media *online* mempengaruhi citra hijau atau *green brand image* Shell di Indonesia. Berangkat dari hal tersebut, penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif yang menasar pada populasi orang yang mengetahui tentang Shell Eco-marathon Mandalika 2023 dan pernah melihat konten mengenai penyelenggaraan ajang tersebut di media *online*. Sampel kemudian ditentukan, yakni sebanyak 200 orang. Hasil uji hipotesis berdasarkan data tersebut kemudian diketahui bahwa terdapat pengaruh antara terpaan informasi melalui media *online* tersebut dengan *green brand image* Shell di Indonesia. Diketahui pula bahwa pengaruh terpaan informasi mengenai penyelenggaraan Shell Eco-marathon Mandalika 2023 terhadap *green brand image* Shell di Indonesia adalah sebesar 32,3% sementara 66,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Shell Eco-marathon Mandalika 2023, terpaan informasi, *green brand image*, media *online*

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

THE INFLUENCE OF ONLINE MEDIA EXPOSURE ON THE 2023 SHELL ECO-MARATHON EVENT IN MANDALIKA ON SHELL'S GREEN BRAND IMAGE IN INDONESIA

Roderick Kurniawan

ABSTRACT

The increasing trend of environmental awareness has influenced public interest in purchasing eco-friendly products. Shell is known as a leading company in renewable energy exploration, highlighted by its flagship program, the Shell Eco-marathon, which this year took place in Mandalika on a larger scale than before. With online media dissemination and the importance of a green image for a company, this research focuses on how exposure to information about the 2023 Shell Eco-marathon in Mandalika via online media influences Shell's green brand image in Indonesia. Conducted using quantitative methods, the study targeted individuals knowledgeable about and exposed to content about the event online. A sample of 200 people was selected. Hypothesis testing based on the data revealed a significant influence of online media exposure on Shell's green brand image in Indonesia. It was found that information exposure about the 2023 Shell Eco-marathon in Mandalika had a 32.3% impact on Shell's green brand image in Indonesia, while 66.7% was influenced by factors outside the scope of this study.

Keywords: Shell Eco-marathon Mandalika 2023, information exposure, green brand image, online media



DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| COVER | i |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 11 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis | 13 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis | 13 |
| 1.5.3 Kegunaan Bagi Perusahaan..... | 13 |
| 1.5.4 Kegunaan Bagi Masyarakat | 13 |
| BAB II KERANGKA TEORI..... | 14 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 25 |

| | | |
|-------------------------|---|----|
| 2.2.2 | <i>Media Online</i> | 27 |
| 2.2.3 | Terpaan Informasi..... | 28 |
| 2.2.4 | <i>Corporate Social Responsibility</i> | 29 |
| 2.2.5 | <i>Brand Image</i> | 30 |
| 2.2.5 | <i>Green Brand Image</i> | 32 |
| 2.3 | Hipotesis Teoritis..... | 34 |
| | Penelitian ini memiliki dua hipotesis antara lain:..... | 34 |
| 2.4 | Hubungan Antara Terpaan Informasi di Media Online Terhadap <i>Green Brand Image</i> | 35 |
| 2.5 | Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| BAB III METODOLOGI..... | | 37 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 37 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 38 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel..... | 40 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 40 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 41 |
| 3.4 | Operasionalisasi Variabel..... | 42 |
| 3.4.1 | Operasionalisasi Variabel X..... | 42 |
| 3.4.2 | Operasionalisasi Variabel Y..... | 43 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.5.1 | Data Primer..... | 44 |
| 3.5.2 | Data Sekunder..... | 45 |
| 3.6 | Teknik Pengukuran Data..... | 45 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 45 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas..... | 47 |

| | | |
|----------------|---|----|
| 3.7 | Teknik Analisis Data..... | 48 |
| 3.7.1 | Uji Koefisien Korelasi..... | 48 |
| 3.7.2 | Uji Regresi Linier Sederhana..... | 49 |
| BAB IV | | 50 |
| 4.1 | Objek dan Subjek Penelitian..... | 50 |
| 4.1.1 | Objek Penelitian..... | 50 |
| 4.1.2 | Subjek Penelitian..... | 51 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 53 |
| 4.2.1 | Variabel Terpaan..... | 54 |
| 4.2.2 | Variabel <i>Green Brand Image</i> | 58 |
| 4.2.3 | Uji Normalitas..... | 64 |
| 4.2.4 | Uji Regresi Linier Sederhana..... | 65 |
| 4.2.5 | Uji Hipotesis..... | 67 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 68 |
| BAB V | | 75 |
| 5.1 | Simpulan..... | 75 |
| 5.2 | Saran..... | 76 |
| 5.2.1 | Saran Akademis..... | 76 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 77 |
| LAMPIRAN | | 81 |

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 TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel X | 46 |
| Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Y | 46 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas | 48 |
| Tabel 3. 4 Nilai Koefisien Korelasi..... | 49 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden | 52 |
| Tabel 4. 2 Usia Responden..... | 52 |
| Tabel 4. 3 Domisili Responden | 53 |
| Tabel 4. 4 Dimensi Frekuensi | 54 |
| Tabel 4. 5 Dimensi Durasi | 55 |
| Tabel 4. 6 Dimensi Atensi..... | 55 |
| Tabel 4. 7 Dimensi <i>Environmental Commitments</i> | 58 |
| Tabel 4. 8 Dimensi <i>Environmental Commitments</i> | 60 |
| Tabel 4. 9 Dimensi <i>Environmental Performance</i> | 61 |
| Tabel 4. 10 Dimensi <i>Environmental Performance</i> | 62 |
| Tabel 4. 11 Dimensi <i>Environmental Concern</i> | 62 |
| Tabel 4. 12 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov | 64 |
| Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas..... | 65 |
| Tabel 4. 14 Uji ANOVA | 65 |
| Tabel 4. 15 Uji Korelasi | 66 |
| Tabel 4. 16 Hasil RSquare | 66 |
| Tabel 4. 17 Uji Koefisien Regresi..... | 67 |

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 GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Shell Eco-marathon Asia-Pasifik dan Timur Tengah 2023 | 7 |
| Gambar 1. 2 Salah Satu Konten Shell Eco-marathon di Instagram | 9 |
| Gambar 1. 3 Artikel Online Mengenai Shell Eco-marathon Mandalika 2023..... | 9 |
| Gambar 4. 1 Shell Eco-marathon Mandalika 2023..... | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Formulir Konsultasi..... | 81 |
| Lampiran 2 Turnitin..... | 83 |
| Lampiran 3 Kuesioner..... | 84 |
| Lampiran 4 Data Responden..... | 94 |
| Lampiran 5 Jawaban Responden..... | 107 |
| Lampiran 6 Proses Pencarian Responden | 114 |

