

**STRATEGI KOMUNIKASI GARDA PANGAN DALAM  
MENARIK MINAT MASYARAKAT MENJADI RELAWAN  
PANGAN**



**HILZA YUDISTIRA**  
NBI: 1151800189

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI GARDA PANGAN DALAM  
MENARIK MINAT MASYARAKAT MENJADI RELAWAN  
PANGAN  
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

**HILZA YUDISTIRA**

NBI: 1151800189

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**SURABAYA**


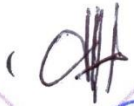
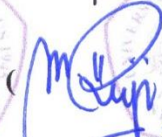
**2022**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 7 Juli 2022:

Dewan Penguji:

1. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom.** (  )  
Ketua
2. **Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si** (  )  
Anggota
3. **Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom.** (  )  
Anggota

**Mengesahkan,**  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**

NPP. 20120.87.0103

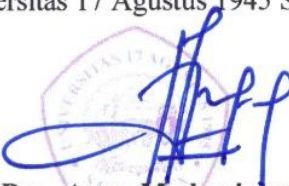
**TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI**


Nama : Hilza Yudistira  
NBI : 1151800189  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI GARDA PANGAN  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT MENJADI  
RELAWAN PANGAN

Surabaya, 7 Juli 2022

**Mengetahui,**  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Disetujui Oleh,**  
Dosen Pembimbing

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP. 20120.87.0103

  
**Bagus Cahyo Shah Adhi**  
**Pradana, S.Sos.,**  
**M.Med.Kom.**  
NPP. 20150180777



## Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Penjiplakan

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Hilza Yudistira  
NBI : 1151800189  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI GARDA  
PANGAN DALAM MENARIK MINAT  
MASYARAKAT MENJADI RELAWAN PANGAN

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 5 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan



METERAI  
TEMPEL  
1054AJX937830069

Hilza Yudistira



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HILZA YUDISTIRA  
 NBI/ NPM : 1151800189  
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
 Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI GARA PANEAN DALAM MENARIK  
 MINAT MASYARAKAT MENJADI PELAWAN PANEAN

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : SURABAYA  
 Pada tanggal : 15 Juli 2022

Yang Menyatakan,

(.....)  
  
 HILZA YUDISTIRA

\*Coret yang tidak perlu

## **ABSTRACT**

*Indonesia is ranked second in the world's food waste-producing countries. Garda Pangan is a pioneer NGO that raises the issue of food waste to the surface through volunteer movements. The development of communication technology is now making garda Pangan adapt in conveying information on their activities through Instagram. Through the diffusion of innovation how communicants can adopt new innovative ideas and how they make decisions about them. This makes many people interested in becoming mobilizers through volunteer activities. Based on the phenomenon, researchers are interested in knowing the Communication Strategy of the Food Guard in attracting people to become Food Volunteers. The research method uses a qualitative descriptive approach with observational data collection techniques and interviews. The results in this study show that the communication strategy carried out by the Garda Pangan by using content visualization in the form of images, designs, and videos and strengthened by captions to attract people's interest in becoming food volunteers is right on target.*

*Key Word: Communication Strategy, Garda Pangan, Food Volunteer, Diffussion of innovation*

## **ABSTRAK**

Indonesia berada di peringkat kedua pada negara penghasil *food waste* di dunia. Garda Pangan merupakan *pioneer NGO* yang mengangkat isu sampah makan ke permukaan melalui gerakan relawan. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi sekarang membuat Garda Pangan beradaptasi dalam menyampaikan informasi kegiatan mereka melalui instagram. Melalui difusi inovasi bagaimana komunikasi dapat mengadopsi ide-ide inovatif baru dan bagaimana mereka membuat keputusan terhadapnya. Hal tersebut membuat banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi penggerak melalui kegiatan relawan. Berdasarkan fenomena peneliti tertarik untuk mengetahui Strategi komunikasi Garda Pangan dalam menarik minat masyarakat menjadi Relawan Pangan. Adapun metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, dan wawancara. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Garda Pangan dengan menggunakan visualisasi konten berupa gambar, desain dan video serta diperkuat dengan *caption* dalam menarik minat masyarakat menjadi relawan pangan sudah tepat sasaran.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Garda Pangan, Relawan Pangan, Difusi Inovasi



## KATA PENGANTAR

Dengan ucapan Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, keberkahan, serta hidayahNya sehingga peneliti bisa menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “*STRATEGI KOMUNIKASI GARDA PANGAN DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT MENJADI RELAWAN PANGAN*” Sebagai syarat memperoleh gelar akademik Strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak kekurangan, kendala, rintangan serta tantangan yang peneliti hadapi. Sehingga pada akhirnya peneliti bisa melaluinya berkat adanya bimbingan serta bantuan berupa spiritual, moral ataupun fisik dari berbagai pihak.

1. Kedua Orang Tua Ayah, Mama, adik, Keluarga Besar yang selalu memberikan kepercayaan, dukungan secara spiritual, material hingga moral dan tidak henti hentinya mendo'akan saya, menemani perjalanan studi saya ketika awal perkuliahan hingga proses pengerjaan Tugas Akhir
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing I sekaligus sebagai dosen pembimbing magang saya yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama proses magang dan penyelesaian Tugas Akhir
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama proses magang dan penyelesaian Tugas Akhir
5. Ibu Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA. selaku wali dosen telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama proses perkuliahan.
6. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai kesempatan kepada saya untuk terlibat dalam acara-acara prodi yang menarik.
7. Seluruh Civitas Akademika Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran penelitian ini

8. Eva Bachtiar selaku CEO Garda Pangan yang telah memberikan izin dalam melaksanakan penelitian ini.
9. Team Garda Pangan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini
10. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Untag Surabaya angkatan 2018, Elizabeth, Shintia, Natasha, yanuar, Olda dan teman teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu selalu memberikan dukungan, bantuan kepada saya. Menemani hari-hari perkuliahan saya di kampus maupun di rumah dan menjadi keluarga kedua saya selama ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu. Yang telah membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini tak henti-hentinya peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT yang akan membalas kebaikan kalian semua

Surabaya, 4 Juli 2021

Penulis,

Hilza Yudistira

<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2. Fokus Penelitian</b> .....	6
<b>1.3. Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.4. Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.5. Manfaat Penelitian</b> .....	6
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II</b> .....	7
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1. Penelitian Terdahulu</b> .....	7
<b>2.2. Landasan Teori</b> .....	11
2.2.1. <i>Diffusion of Innovations</i> (Everett M. Rogers).....	11
<b>2.3. Kerangka Konsep</b> .....	15
2.3.1. Komunikasi.....	15
2.3.2. Strategi Komunikasi.....	18
2.3.3. Aktivisme atau Relawan.....	20
<b>2.4. Kerangka Dasar Penelitian</b> .....	23
<b>BAB III</b> .....	25
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	25
<b>3.1. Pendekatan Penelitian</b> .....	25

3.2.	Jenis Penelitian .....	25
3.3.	Subjek dan Objek Penelitian .....	27
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4.1.	Jenis Data (Primer/Sekunder) .....	27
3.4.2.	Teknik pengumpulan Data .....	27
3.5.	Teknik Analisis data .....	30
3.6.	Keabsahan Data .....	31
<b>BAB IV .....</b>		<b>32</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1.	Deskripsi Subjek atau Objek Penelitian .....	32
4.1.1.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	32
4.1.2.	Deskripsi Objek Penelitian .....	33
4.1.2.1.	Profil Garda Pangan .....	33
4.1.2.2.	Lokasi Garda Pangan .....	33
4.1.2.3.	Sejarah Garda Pangan .....	34
4.1.2.4.	Visi dan Misi Garda Pangan .....	35
4.1.2.5.	Program Kerja Garda Pangan .....	35
4.2.	Hasil dan Pembahasan .....	41
4.2.1.	Difusi Inovasi Strategi Komunikasi pada Garda Pangan .....	41
4.2.2.	Hasil Observasi di Lapangan selama Menjadi “ <i>Food Heroes</i> ” .....	60
4.2.3.	Analisa Insight Instagram Garda Pangan .....	61
<b>BAB V .....</b>		<b>75</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>75</b>
5.1.	Kesimpulan .....	75
4.2.	Rekomendasi .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>
<b>Lampiran 1. Daftar Pertanyaan .....</b>		<b>79</b>
<b>Lampiran 2. Scripting Wawancara .....</b>		<b>84</b>



<b>Lampiran 3. Dokumentasi .....</b>	<b>94</b>
--------------------------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Kekurangan Gizi Skala Dunia. Sumber: SDGS Report 2021 ....	2
Gambar 2. Global Material Footprint. Sumber: SDGS Report 2021 .....	3
Gambar 3. Tampilan Instagram Garda Pangan. Sumber: Instagram.....	4
Gambar 6. Alur Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 7. Media dan Website dari Garda Pangan .....	32
Gambar 8. Logo Garda Pangan.....	33
Gambar 9. Lokasi Garda Pangan .....	34
Gambar 10. Ilustrasi Sampah Makanan .....	34
Gambar 11. Kegiatan Food Rescue. Sumber: Instagram .....	36
Gambar 12. Kegiatan Gleaning. Sumber: Instagram .....	37
Gambar 13. Kegiatan Food Drive. Sumber: Instagram.....	38
Gambar 14. Kegiatan menjemput makanan di event. Sumber: Instagram.....	39
Gambar 15. Kegiatan Kampanye. Sumber: Instagram.....	40
Gambar 16. Kegiatan Kids Education. Sumber: Instagram .....	41
Gambar 17. Difusi inovasi. Sumber: <a href="http://www.communicationtheory.org">www.communicationtheory.org</a> .....	42
Gambar 18. Konten Garda Pangan. Sumber: Instagram .....	47
Gambar 19. Konten Garda Pangan. Sumber: Instagram .....	48
Gambar 20. Konten Garda Pangan. Sumber: Instagram .....	49
Gambar 21. Story Instagram Garda Pangan. Sumber: Instagram .....	52
Gambar 22. Insight dari Food Heores tentang Kegiatan Food Rescue. Sumber: Instagram.....	60
Gambar 23. Post Interaction Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi.....	62
Gambar 24. Reels Interaction Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi.....	63
Gambar 25. Story Interaction Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	64
Gambar 26. Video Interaction Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	65
Gambar 27. Content Reach Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	66
Gambar 28. Reach (Top Post dan Top Stories) Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	67
Gambar 29. Reach Top Reels Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi.....	68
Gambar 30. Engaged Audience Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi.....	69
Gambar 31. Reached Audience Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	71
Gambar 32. Profil Followers Garda Pangan. Sumber: Dokumentasi Pribadi .....	73

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian Terdahulu. Olahan Peneliti ..... 7