



**PENGELOLAAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS* DIGITAL
AKUN *INSTAGRAM @mop.beauty* PADA PROGRAM *MOP*
*WASTE STATION***

PROPOSAL TUGAS AKHIR SKRIPSI

**NEYSA NANDA YUMNA
44222010149**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neysa Nanda Yumna

NIM : 44222010149

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul "Pengelolaan Program *Public Relation Digital Akun Instagram @mop.beauty* Pada Program *MOP Waste Station*."

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Agustus 2026



Neysa Nanda Yumna

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Neysa Nanda Yumna
NIM : 44222010149
Program Studi : Public Relations
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “PENGELOLAAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS* DIGITAL AKUN INSTAGRAM *@mop.beauty* PADA PROGRAM MOP *WASTE STATION*”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 11%

Jakarta, 20 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Neysa Nanda Yumna

NIM 44222010149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Program *Public Relation* Digital Akun *Instagram @mop.beauty* Pada Program *MOP Waste Station*.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom, M.Ikom

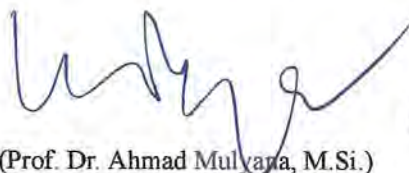
NIDN/NUPTK: 0303078802/6035766667230323

Jakarta, 20 Agustus 2026

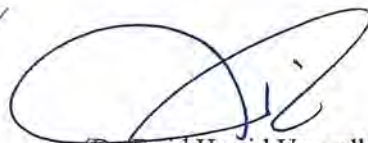
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)
NIDN: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)
NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya, Peneliti dapat melakukan penelitian untuk kemudian Menyusun Laporan Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul “Pengelolaan Program *Public Relation* Digital Akun *Instagram @mop.beauty* Pada Program *MOP Waste Station*.”

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Laporan Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

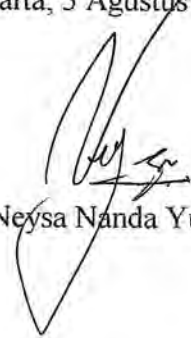
Penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dengan peminatan *Public Relation/Broadcasting/Komunikasi Pemasaran & Periklanan/Komunikasi Digital*. Adapun selama pembuatan Laporan Skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum S.Ikom, M.Ikom yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, memberikan saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi ini.
2. Seluruh key informan dan informan penelitian ini Glory Isabella, Clarrisa Shafa Adistya, Syifa Adelia, Arvina Fitriyana dan Afif Ardani yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber dalam Laporan Skripsi yang disusun oleh peneliti.

3. Dewan penguji, saat seminar proposal Prof. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si, sidang akhir Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.IKom, M.IKom, Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., Rika Yessica Rahma, M.Ikom. terimakasih banyak atas masukan perbaikan yang berharga dalam melengkapi Tugas Akhir ini.
4. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun luar perkuliahan.
6. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
7. Terima kasih kepada kedua orangtua peneliti Bapak Wanto dan Ibu Mayasari yang senantiasa memberikan support dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.

Terakhir, peneliti mempunyai harapan semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 5 Agustus 2026



Neysa Nanda Yumna

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Neysa Nanda Yumna

NIM : 44222010149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : *Pengelolaan Program Public Relation Digital Akun Instagram @mop.beauty Pada Program MOP Waste Station.*

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Neysa Nanda Yumna

**PENGELOLAAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS* DIGITAL AKUN
INSTAGRAM @mop.beauty PADA PROGRAM *MOP WASTE STATION***

NEYSA NANDA YUMNA

ABSTRAK

Nama : Neysa Nanda Yumna
NIM : 44222010149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Pengelolaan Program Public Relation Digital Akun Instagram @mop.beauty Pada Program MOP Waste Station.*
Pembimbing : Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum S.Ikom, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan program *Digital Public Relations* yang dilakukan akun Instagram @mop.beauty dalam program MOP Waste Station. Penelitian ini menggunakan model RACE (*Research, Action, Communication, dan Evaluation*) yang dikemukakan oleh John Marston sebagai landasan dalam menganalisis tahapan strategi *public relations*. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang terdiri atas tim pemasaran MOP Beauty dan followers akun Instagram @mop.beauty, serta data sekunder diperoleh melalui observasi terhadap konten Instagram @mop.beauty dan dokumentasi program MOP Waste Station. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif berdasarkan tahapan model RACE. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Digital Public Relations* yang diterapkan @mop.beauty telah dilaksanakan secara sistematis melalui tahapan *Research, Action, Communication, dan Evaluation*. Strategi tersebut berhasil menyampaikan pesan edukasi mengenai pengelolaan limbah kemasan produk kecantikan, meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens, membangun citra positif merek sebagai brand yang peduli terhadap lingkungan, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung program MOP Waste Station.

Kata kunci: *Digital Public Relations, Instagram, Model RACE, MOP Waste Station, Strategi Komunikasi.*

**PENGELOLAAN PROGRAM *PUBLIC RELATIONS* DIGITAL AKUN
INSTAGRAM @mop.beauty PADA PROGRAM MOP WASTE STATION**

NEYSA NANDA YUMNA

ABSTRACT

Nama : Neysa Nanda Yumna
NIM : 44222010149
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : Digital public relations Program Management of Instagram Account @mop.beauty in MOP Waste Station Program.
Conselor : Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum S.Ikom, M.Ikom

This study aims to identify and analyze the Digital Public Relations program management implemented through the Instagram account @mop.beauty in the MOP Waste Station program. This study employs the RACE model (Research, Action, Communication, and Evaluation) proposed by John Marston as the analytical framework for examining the stages of public relations strategy. This research adopts a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with five informants consisting of the marketing team of MOP Beauty and followers of the Instagram account @mop.beauty. Secondary data were obtained through observation of the Instagram account @mop.beauty and documentation related to the MOP Waste Station program. The data were analyzed using qualitative content analysis based on the stages of the RACE model. Data validity was ensured through source, technique, and theory triangulation. The findings indicate that the Digital Public Relations strategy implemented by @mop.beauty has been carried out systematically through the stages of Research, Action, Communication, and Evaluation. The strategy successfully delivered educational messages regarding cosmetic packaging waste management, increased audience engagement, strengthened the brand's positive image as an environmentally responsible company, and encouraged public participation in supporting the MOP Waste Station program.

Keywords: *Reception Analysis, Instagram, Role Model*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis.....	23
2.2.1 Komunikasi.....	23

2.2.2 <i>Public relations</i>	24
2.2.2.1 Public Relations Digital.....	25
2.2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.2.3 Media Sosial	28
2.2.3.1 Instagram	28
2.2.4 Model RACE	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subyek Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Data Primer.....	35
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Keabsahan Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran MOP Waste Station	38
4.2 Karakteristik Responden Penelitian	39
4.3 Hasil Penelitian.....	41
4.3.1 Strategi Public Relations Digital pada Tahap <i>Research</i>	41
4.3.2 Strategi Public Relations Digital pada Tahap <i>Action</i>	50
4.3.3 Strategi Public Relations Digital pada Tahap <i>Communication</i>	58
4.3.4 Strategi Public Relations Digital pada Tahap Evaluation.....	68
4.4 Pembahasan	75
4.4.1 Strategi <i>Public Relations</i> Digital pada Tahap <i>Research</i>	75

4.4.2 Strategi <i>Public Relations</i> Digital pada Tahap <i>Action</i>	78
4.4.3 Strategi <i>Public Relations</i> Digital pada Tahap <i>Communication</i>	81
4.4.4 Strategi <i>Public Relations</i> Digital pada Tahap <i>Evaluation</i>	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Praktis	88
5.2.2 Saran Teoritis	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94
CURRICULUM VITAE	124

