



**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP KAMPANYE PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
*#SMALLACTSOFLove***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata1 (S-1)
Komunikasi Bidang studi Public Relations

Disusun Oleh :

Lia Amelia
44217120059

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lia Amelia
NIM : 44217120059
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul "Persepsi Followers Terhadap Kampanye Produk *Love Beauty and Planet* Pada Media Sosial Instagram #smallactsoflove", adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 15 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,

(Lia Amelia)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Dr. Ely Yulawati, M.Si)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)




Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Lia Amelia
NIM : 44217120059
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Persepsi *Followers* Terhadap Kampanye Produk *Love Beauty and Planet* Pada Media Sosial Instagram
#smallactsoflove

Jakarta, 18 Januari 2022
Mengetahui,
Pembimbing



(Dr. Elly Yuliawati., M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Lia Amelia
NIM : 44217120059
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : *Persepsi Followers Terhadap Kampanye Produk Love Beauty and Planet Pada Media Sosial Instagram #smallactsoflove*

Jakarta, Januari 2022

Ketua Sidang,

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Penguji Ahli,

Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom., M.Ikom

Pembimbing,

Dr. Elly Yuliyawati., M. Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Persepsi *Followers* Terhadap Kampanye Produk *Love Beauty and Planet* Pada Media Sosial Instagram
#smallactsoflove

Nama : Lia Amelia

NIM : 44217120059

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatnya sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, perkenankan penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M, Si selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah bersedia mengarahkan dan membimbing dengan sabar, ikhlas untuk memberikan arahan, meluangkan waktu, memberikan motivasi dan pengetahuan kepada penulis;
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom sebagai Ketua Bidang Studi Public Relationsi;
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Public Relations;
4. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, sebagai Wakil Dekan Bidang Sumber Daya & Keuangan Studi Public Relations
5. Teristimewa Bapak Kardi dan Ibu Mariyam selaku orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, doa yang tak pernah putus kepada Allah Subhanahuwata'ala, dan semua dukungan materi maupun moril pula untuk Kakak tercinta Nenda, Wiwi, dan Kurniawan sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Santy Lestari, Sri Wahyuni, Dwi Anggraini, Selly Oktavia Khanza dan Feby Dhania selaku informan yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam melakukan wawancara dalam penelitian ini.

7. Sahabat-sahabat tercinta Mutia Arifani Markiano, Wiwin Septiyani dan Resty Amalia yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman terbaik Suci Indriyani, Egha Tania, Dini Ramadhani Stephani yang telah memberikan doa, dukungan dan memberi masukan dalam mengerjakan skripsi ini
9. Teman-teman seperjuangan Veronika Fristiangingsih, Maia Indriyanti, Wulandari, Tiara Febhianty, Mita Nurranisa, Sakinah dan seluruh teman-teman Hubungan Masyarakat S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2017/2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan laporan ini peneliti telah berusaha untuk menyajikan yang terbaik, tetapi dengan penuh kesadaran bahwa tidak ada kesempurnaan yang mutlak pada karya manusia. Sehingga perlu adanya masukan saran dan kritik yang bersifat membangun guna memperoleh hasil yang lebih baik untuk yang akan datang.

Tangerang, Januari 2022

Peneliti

Lia Amelia

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Rumusan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1. Manfaat Akademis.....	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kajian Teoritis.....	18
2.2.1. <i>Public Relations</i>	18
2.2.2. Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i>	22
2.2.3. Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i>	24
2.2.4. Tugas <i>Public Relations</i>	25
2.2.5. Peranan <i>Public Relations</i>	27
2.3. Persepsi.....	28
2.3.1. Proses Terbentuknya Persepsi.....	29
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	30
2.3.3. Peran PR Dalam Membangun Persepsi.....	32

	2.3.4. Kampanye <i>Public Relations</i>	33
	2.3.5. Elemen-elemen Kampanye <i>Public Relations</i>	37
	2.3.6. Konsep <i>Computer Mediated Communication</i>	38
	2.4. Kerangka Pemikiran	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	42
	3.1. Paradigma Penelitian	42
	3.2. Metode Penelitian	43
	3.3. Subjek dan Objek Penelitian	44
	3.4. Teknik Pengumpulan Data	45
	3.5. Teknik Analisis Data	46
	3.6. Teknik Keabsahan Data	48
	3.7. Waktu Penelitian.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
	4.1.1. Tentang <i>Love Beauty and Planet</i>	51
	4.1.2. Tentang Kampanye <i>#smallactsoflove</i>	53
	4.2. Hasil Penelitian.....	57
	4.2.1 Persepsi Informan Terhadap Kampanye <i>#smallactsoflove</i>	60
	4.2.2. Persepsi Informan Terhadap Produk <i>Love Beauty and Planet</i>	62
	4.2.3. Persepsi Informan Terhadap <i>Instagram @lovebeautyandplanet_id</i>	65
	4.2.4. Persepsi Informan Terhadap Penggunaan Produk	66
	4.3. Pembahasan	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	73
	5.1 Kesimpulan.....	73
	5.2 Saran.....	74
	5.2.1 Saran Akademis	74
	5.3 Saran Praktis.....	74
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.2 Penelitian Sekarang	16
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	17
Tabel 3.7 Waktu Penelitian	49
Tabel 4.2 Tabel Informasi Mengenai Informan Penelitian	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1.1 Logo <i>Love Beauty and Planet</i>	52
Gambar 4.1.2 Produk-produk <i>Love Beauty and Planet</i>	53
Gambar 4.1.1 <i>Love Box Love Beauty and Planet</i>	62
Gambar 4.1.1 <i>Variant</i> dari <i>Love Beauty and Planet</i>	63

