



MANAJEMEN KAMPANYE
#BREATHETHROUGHTOBREAKTHROUGH OLEH NIPPLETS
DALAM INSTAGRAM @NIPPLETS_OFFICIAL MENGENAI
PERLAWANAN STIGMA TERKAIT SIKAP PEREMPUAN

LAPORAN SKRIPSI

Tugas Akhir Skripsi Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
DYAH AULIA NUR FADILLAH
MERCU BUANA
44219010057

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dyah Aulia Nur Fadillah

NIM : 44219010057

Konsentrai : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Manajemen Kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough oleh Nipplets dalam Instagram @Nipplets_Official Mengenai Perlawanan Stigma Terkait Sikap Perempuan** 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, 19 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



886AKX511597282 Dyah Aulia Nur Fadillah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dyah Aulia Nur Fadillah

NIM : 44219010057

Program studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Manajemen Kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough oleh Nipplets dalam Instagram @Nipplets_Official Mengenai Perlawanan Stigma Terkait Sikap Perempuan

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

Disahkan Oleh

Pembimbing 1 : Dr Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si

NIDN : 0330077301

Ketua Penguji : Ahmad Mulyana, Dr., M.Si

NIDN : 0318116602

Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

NIDN : 88707010199

Jakarta, 19 Juni 2023

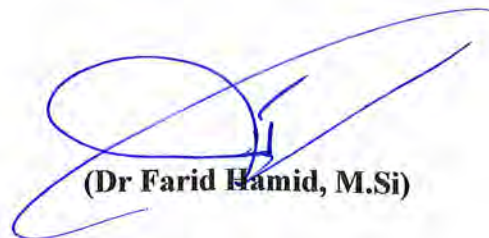
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPETINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dyah Aulia Nur Fadillah

NIM : 44219010057

Program studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Manajemen Kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough oleh Nipplets dalam Instagram @Nipplets_Official Mengenai Perlawanan Stigma Terkait Sikap Perempuan



Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-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/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Dyah Aulia Nur Fadillah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayahnya peneliti mampu menuntaskan tugas akhir skripsi dengan judul **“Manajemen Kampanye #BREATHETHROUGHTOBREAKTHROUGH Oleh Nipplets dalam Instagram @Nipplets_Official Mengenai Perlawanan Stigma Teekait Sikap Perempuan”**. Tugas akhir skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Strata 1 Komunikasi (S.I.Kom) Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penyelesaian tugas akhir skripsi ini melibatkan bimbingan hingga masukan dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak dibawah ini antara lain:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu dan ilmunya membimbing penulis selama penyusunan tugas akhir.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.I.kom selaku Sekretaris Program Studi 2 Ilmu Komunikasi.
5. Tim Nipplets Official dan seluruh narasumber atas ketersediaannya berpartisipasi dalam penelitian penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPETINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	16
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Penelitian Terdahulu	19
2.2. Kajian Teoritis	35
2.2.1. Komunikasi	35
2.2.2. Computer-Mediated-Communication Theory.....	41
2.2.3. Pengertian Public Relations	42
2.2.4. Fungsi Public Relations	43
2.2.5. Peran Public Relations	46
2.2.6. Kegiatan Public Relations	48
2.2.7. Proses Pengelolaan Kegiatan Public Relations	49
2.2.8. Prinsip Strategi Manajemen PR	50
2.2.9. Kampanye	54
2.2.10. Kampanye Marketing Public Relations	55
2.2.11. Model Manajemen Kampanye	56
2.3. Kerangka Berpikir.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1. Paradigma Penelitian.....	59

3.2.	Metode Penelitian	60
3.3.	Subjek Penelitian	61
3.3.1	Key Informan	61
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5.	Teknik Analisis Data.....	64
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
4.1.1	Nipplets	67
4.1.2	Visi dan Misi Nipplets	68
4.1.3	Kampanye Milik Nipplets	68
4.1.4.	Struktur Organisasi	73
4.2.	Hasil Penelitian	74
4.2.1.	Isu Sosial Sebagai Latar Belakang Kampanye.....	74
4.2.2.	Pengelolaan Kampanye.....	78
4.2.3.	Perubahan Perilaku	96
4.3.	Pembahasan.....	97
4.3.1.	TAHAP MANAJEMEN KAMPANYE.....	97
4.3.2.	MODEL KAMPANYE #BREATHETROUGHTOBREAKTROUGH	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1.	Kesimpulan	109
5.2	Saran	110
5.2.1.	Saran Akademis	110
5.2.2.	Saran Praktis	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN-LAMPIRAN		119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kutang Pertama Tahun 1889.....	3
Gambar 1. 2. Victoria Angel 1998.....	5
Gambar 1. 3. Instagram Victoria's Secret	5
Gambar 1. 4. Instagram @RaquelLingerie	7
Gambar 1. 5. Aktivitas Kampanye Promosi Raquel x Wulan VOL II.....	8
Gambar 1. 6. Kampanye #BreatheThroughtoBreakThrough.....	15
Gambar 2. 1. Model Kampanye Ostergaard	57
Gambar 4. 1. Logo Nipplets Official	67
Gambar 4. 2. Kampanye RPRB	69
Gambar 4. 3. Kampanye Superpower	71
Gambar 4. 4. Kampenye #BreakThroughtoBreakThrough.....	72
Gambar 4. 5. Pesan Muse dalam Konten Kampanye (Instagram @Nipplets_Official, 2022)	82
Gambar 4. 6. Cuplikan Video Pembuka Kampanye	86
Gambar 4. 7. Tampilan Konten Kampanye pada Instagram.....	88
Gambar 4. 8. Postingan dengan Engagemen Tertinggi (Sumbe: Instagram @Nipplets_Official	94
Gambar 4. 9. Unggahan Unggahan dengan Enggaement Terbanyak	94
Gambar 4. 10. Model Kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough.....	105

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2. 2 Tabel Perbedaan komunikasi korporat di media lama dan media baru	40