

## ABSTRAK

Nama : Dyah Aulia Nur Fadillah  
NIM : 44219010057  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Manajemen Kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough Oleh Nipplets dalam Instagram @Nipplets\_Official Mengenai Perlawanan Stigma Terkait Sikap Perempuan  
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M, Si.

Perkembangan model, warna, dan tipe kutang berjalan searah dengan perkembangan industrialisme dan konsumerisme yang pesat. Berbagai *brand* pakaian dalam bermunculan. Seiring berkembangnya industri pakaian dalam, tercipta standar kecantikan perempuan. Pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye promosi maupun kampanye PR dari brand-brand pakaian mendorong perkembangan konsep standar kecantikan dan stigma terhadap penampilan perempuan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami manajemen kampanye #BreatheThroughtoBreakthrough oleh Nipplets. terkait perlawanan terhadap stigma perempuan. Dengan menggunakan teori tahapan utama manajemen kampanye yang disampaikan Littlejohn & Foss (2009) menggambarkan tahapan-tahapan yang dilakukan Nipplets untuk merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi kampanye. Dengan metode manajemen kampanye Oostergard, ditemukan metode manajemen kampanye yang sesuai dalam mengangkat isu sosial menjadi suatu kampanye.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus adalah strategi penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian berupa *How* atau *Why*. Objek dari penelitian ini adalah Nipplets sebagai penyelenggara kampanye. Subjek penelitian ini adalah elemen yang terlibat dalam penyelenggaraan kampanye ini yaitu CEO, dan Creative Director Nipplets serta pengikut Instagram Nipplets.

Hasil dari penelitian ini yaitu ditemukan dalam manajemen kampanye ini, Nipplets melaksanakan beberapa tahap yaitu: ini diorganisir dalam beberapa tahap yaitu: (1) *Planning*, merupakan tahap awal yang dilaksanakan dalam manajemen kampanye. Nipplets menemukan permasalahan yang akan diangkat sebagai topik utama kampanye melalui internal brain-storming; (2) *Implementation* merupakan tahap pelaksanaan kampanye sesuai dengan rancangan yang telah disusun; (3) *Evaluation*, Nipplets sendiri mengevaluasi suatu kampanye dari engagement khalayak dan angka penjualan produk.

**Kata kunci:** Komunikasi, Manajemen Kampanye, Public Relations, Sosial Media

## ABSTRACT

Name : Dyah Aulia Nur Fadillah  
Student Number : 44219010057  
Study Program/Major : Ilmu Komunikasi  
Thesis Title : #BreatheThroughBreakthrough Campaign Management by Nipplets in Instagram @Nipplets\_Official about Breaking the Stigma of Woman Behavior  
Lecturer : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M, Si.

The development of models, colors and types of bras went hand in hand with the rapid development of industrialism and consumerism. Various underwear brands have sprung up. As the underwear industry developed, women's beauty standards were created. . The messages conveyed in promotional campaigns and PR campaigns from clothing brands encourage the development of the concept of beauty standards and stigma against women's appearance.

This study aims to understand the management of the #BreatheThroughBreakthrough campaign by Nipplets. related to the fight against the stigma of women. Using the theory of the main stages of campaign management presented by Littlejohn & Foss (2009) describes the stages that Nipplets takes to design, implement, and evaluate campaigns. With the Oostergard campaign management method, a suitable campaign management method was found in raising social issues into a campaign.

This research uses a qualitative approach with a case study method. Case study is a research strategy that answers research questions in the form of How or Why. The object of this research is Nipplets as the organizer of the campaign. The subjects of this research are the elements involved in organizing this campaign, namely the CEO, and Nipplets Creative Director as well as Nipplets Instagram followers.

The results of this study are found in this campaign management, Nipplets carries out several stages, namely: it is organized in several stages, namely: (1) Planning, is the initial stage carried out in campaign management. Nipplets finds issues to be raised as the main topic of the campaign through internal brain-storming; (2) Implementation is the stage of implementing the campaign according to the plan that has been prepared; (3) Evaluation, Nipplets itself evaluates a campaign based on audience engagement and product sales figures.

**Keywords:** Communication, Campaign Management, Public Relations, Social Media