



**IMPLEMENTASI KAMPANYE *SELF LOVE* DALAM
MEMBANGUN PERILAKU MENCINTAI
DIRI SENDIRI (*SELF LOVE*) OLEH *SOCIAL MEDIA*
INFLUENCER GILANG SAMIADJI**

LAPORAN SKRIPSI

Emil Mario Rossando Van Der Molen

44219010126

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emil Mario Rossando Van Der Molen

NIM : 44219010126

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Kampanye Self love Dalam Membangun Perilaku Mencintai Diri Sendiri (Self Love) Oleh Social Media Influencer Gilang Samiadji

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 12 September 2023



Emil Mario Rossando Van Der Molen

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Emil Mario Rossando Van Der Molen
NIM : 44219010126
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Kampanye Self love Dalam
Membangun Perilaku Mencintai Diri Sendiri (Self Love) Oleh Social Media
Influencer Gilang Samiadji

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Anindita, S.Pd, M.I.Kom ()
NIDN : 0306018903
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, Ph.D ()
NIDN : 0324128202
Penguji Ahli. : Andi Pajolloi Bate, M.A ()
NIDN : 0303069401

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 September 2023

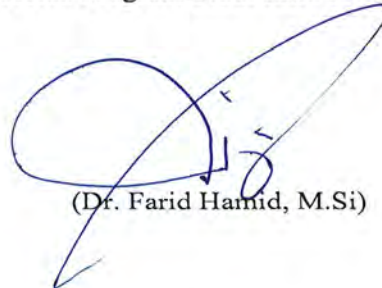
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

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

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

Nama : Emil Mario Rossando Van Der Molen

NIM : 44219010126

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Kampanye Self love
Dalam Membangun Perilaku Mencintai Diri Sendiri (Self Love) Oleh Social Media
Influencer Gilang Samiadji

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/format-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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 12 September 2023

Yang menyatakan,



Emil Mario Rossando Van Der Molen

ABSTRAK

Nama : Emil Mario Rossando Van Der Molen
NIM : 44219010126
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Kampanye *Self Love* Dalam Membangun Perilaku Mencintai Diri Sendiri (*Self Love*) Oleh *Social Media Influencer* Gilang Samiadji
Pembimbing : Anindita, S.Pd, M.Ikom

Di tengah maraknya penggunaan media sosial TikTok dewasa ini di kalangan milenial, ternyata masih cukup banyak netizen yang memberikan penilaian negatif kepada influencer dikarenakan memiliki karakter yang unik dan berbeda pada umumnya. Netizen kurang menghargai perbedaan yang ada dan justru memberikan komentar negatif. Melihat fenomena tersebut, *influencer* Gilang Samiadji merasa penting untuk mengkampanyekan *self love* kepada orang-orang yang memiliki karakter yang unik ini. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi kampanye *self love* dalam membangun perilaku mencintai diri sendiri oleh *social media influencer* Gilang Samiadji.

Konsep yang digunakan mengacu pada empat tahapan model media sosial yang terdiri dari pertama, mendengarkan; kedua merancang strategi; ketiga pengawasan dan interaksi, dan keempat evaluasi.

Paradigma penelitian ini adalah post positivistik. Metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian melibatkan tiga narasumber. Data penelitian dikumpulkan melalui data primer melalui wawancara mendalam dan data sekunder melalui sumber buku dan jurnal. Data penelitian dianalisis secara kualitatif. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi teori dan sumber.

Hasil penelitian dan kesimpulan menunjukkan bahwa *pertama, influencer* Gilang Samiadji melakukan observasi dengan cara **mendengarkan** dari berbagai pihak dan melihat langsung di media sosial. *Kedua, Strategi* yang dibangun Gilang Samiadji yakni menyampaikan pesan komunikasi yang informatif kepada khalayak luas (netizen) di media sosial. *Ketiga, bentuk pengawasan* yang dilakukan Gilang Samiadji dengan melihat langsung komentar dari netizen dan berinteraksinya melalui kolom komentar. *Keempat, hasil evaluasi* menunjukkan kegiatan kampanye ini berhasil karena pesan komunikasinya dapat menarik perhatian banyak orang (netizen) dan adanya dukungan positif dari netizen karena ada pesan moral yang disampaikan.

Kata kunci: Kampanye, *Self Love*, Media Sosial, *Influencer*, Gilang Samiadji.

ABSTRACT

Name : Emil Mario Rossando Van Der Molen
NIM : 44219010126
Study Program : *Communication Studies*
Title Internship Report : *Implementation of Self Love Campaign in Building Self Love Behavior by Social Media Influencer Gilang Samiadji*
Counsellor : Anindita, S.Pd, M.Ikom

In the midst of the widespread use of TikTok social media today among millennials, it turns out that there are still quite a number of netizens who give negative ratings to influencers because they have unique and different characters in general. Netizens do not appreciate the differences and instead give negative comments. Seeing this phenomenon, influencer Gilang Samiadji feels it is important to campaign self love for people who have this unique character. Based on this description, the purpose of this research is to find out the implementation of the self love campaign in building self-loving behavior by social media influencer Gilang Samiadji.

The concept used refers to the four stages of the social media model consisting of first, listening; second to design a strategy; third supervision and interaction, and fourth evaluation.

The paradigm of this research is post positivistic. Qualitative descriptive research method. The research subjects involved three informants. Research data was collected through primary data through in-depth interviews and secondary data through books and journals. The research data were analyzed qualitatively. The data validation technique uses theory and source triangulation.

The results of the research and conclusions show that first, influencer Gilang Samiadji made observations by listening to various parties and looking directly at social media. Second, the strategy built by Gilang Samiadji is to convey informative communication messages to a wide audience (netizens) on social media. Third, the form of supervision carried out by Gilang Samiadji by looking directly at comments from netizens and interacting with them through the comments column. Fourth, the results of the evaluation show that this campaign activity was successful because the communication message was able to attract the attention of many people (netizens) and there was positive support from netizens because there was a moral message conveyed.

Keywords: Campaign, Self Love, Social Media, Influencers, Gilang Samiadji.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa Peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karuniaNya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Kampanye *Self love* dalam Membangun Perilaku Mencintai Diri Sendiri (*Self love*) oleh *social media influencer* Gilang Samiadji”.

Adapun laporan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1). Peneliti menyadari secara penuh, bahwa dukungan dari berbagai pihak memiliki peran yang sangat besar dan penting dalam penyelesaian laporan skripsi ini. Oleh sebab itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah berperan dan berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih secara khusus Peneliti ucapkan kepada:

1. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Irmulansati T, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk segala ilmu serta pengajaran yang diberikan selama masa perkuliahan.
6. Informan yang telah bersedia menyediakan waktu serta pemikirannya dalam proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti.
7. Papa dan Mama yang telah memberikan doa dan dukungan.
8. Sahabat-Sahabatku yang telah memberi dukungan dan menemani Peneliti.
9. Serta semua pihak-pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan cinta Peneliti kepadanya.

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca semua.

Jakarta 09 Agustus 2023

Emil Mario Rossando Van Der Molen



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
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.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
1.5 Penelitian Terdahulu.....	12
1.6 Kajian Teoretis.....	19
1.6.1 Komunikasi.....	19
1.6.2 <i>Public Relations</i>	25
1.6.3 Kampanye.....	27

1.6.4	Pesan Sosial	31
1.6.5	<i>Self love</i>	31
1.6.6	Media Sosial	43
1.6.7	TikTok	44
1.6.8	Implementasi Kampanye	45
BAB III	54
METODOLOGI PENELITIAN	54
1.7	Paradigma Penelitian	54
1.8	Metode Penelitian	55
1.9	Subjek Penelitian	55
1.10	Teknik Pengumpulan Data	56
1.10.1	Data Primer	57
1.10.2	Data Sekunder	58
1.11	Teknik Analisa Data	58
1.12	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	60
1.12.1	Triangulasi	60
1.12.2	Pengecekan Kecukupan Referensi	62
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
1.13	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	63
1.14	Hasil Penelitian	64
1.15	Pembahasan	82
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
1.16	Kesimpulan	86
1.17	Saran	88
1.17.1	Saran Akademis	88
1.17.2	Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Negara Yang Paling Banyak Memiliki Audiens TikTok	2
Gambar 1.2	Akun <i>TikTok</i> Gilang Samiadji dengan username @gilangsamiadji.....	4
Gambar 1.3	Unggahan foto Gilang Samiadji di Akun Instagram Pribadinya @gilangsamiadji.....	7
Gambar 1.4	Akun YouTube Gilang Samiadji.....	8
Gambar 1.5	Cuitan Twitter milik Gilang Samiadji yang mengutarakan pentingnya <i>mindset</i> positif sebagai salah satu bentuk <i>self love</i>	9
Gambar 2.1	The Social Media Four – Step Model.....	49
Gambar 4.1	Gilang Samiadji, Konten Kreator	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Key Informan.....	94
Lampiran 2 Wawancara Netizen/Follower I.....	100
Lampiran 3 Wawancara Netizen/Follower II.....	102

