



**TIPIKASI *FOLLOWERS* MENGENAI KAMPANYE L'OREAL  
X *JAKLINGKO* TENTANG PELECEHAN SEKSUAL DI  
TRANSPORTASI UMUM PADA INSTAGRAM  
@CLAURAKIEHL SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR***

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**



**ROSLITA**

**441220010261**

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

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roslita  
NIM : 44220010261  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Tipikasi *Followers* Mengenai  
Kampanye L'Oreal X  
Jaklingko Tentang Pelecehan  
Seksual Di Transportasi  
Umum Pada Instagram  
*@Claurakiehl* Sebagai  
*Brand Ambassador*

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, 01 Maret 2024



Roslita




## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Roslita  
NIM : 44220010261  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Tipikasi *Followers* Mengenai Kampanye L'Oréal X Jaklingko Tentang Pelecehan Seksual Di Transportasi Umum Pada Instagram @Claurakiehl Sebagai *Brand Ambassador*

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	: Dr. Nurhayani Saragih, M.Si	(  )
NIDN	: 0310016901	
Ketua Penguji	: Kurniawan Prasetyo, M.Ikom	(  )
NIDN	: 0316129201	
Penguji Ahli	: Prof. Dr. Ahmad Mulyana., M.Si	(  )
NIDN	: 0318116602	

Jakarta, 13 Maret 2024

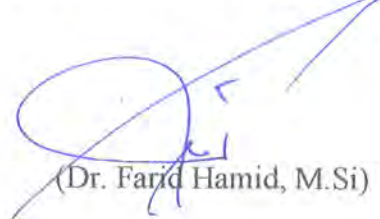
Mengetahui,

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 : Roslita  
NIM : 44220010261  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Tipikasi *Followers* Mengenai Kampanye L'Oreal X Jaklingko Tentang Pelecehan Seksual Di Transportasi Umum Pada Instagram @Claurakiehl Sebagai *Brand Ambassador*

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.

Jakarta, 01 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Roslita)

## ABSTRAK

Nama :Roslita  
NIM :44220010261  
Program Studi :Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi :Tipikasi *Followers* Mengenai Kampanye L'Oreal X Jaklingko Tentang Pelecehan Seksual Di Transportasi Umum Pada Instagram @Claurakiehl Sebagai *Brand Ambassador*

Kampanye "*Stand Up*" dari L'Oreal x JakLingko menjadi salah satu cara dalam proses pengedukasian dan mengubah paradigma bagi masyarakat untuk melawan pelecehan seksual di ruang publik. Pelecehan seksual di ruang publik diidentifikasi sebagai isu terpenting yang dihadapi oleh perempuan di seluruh dunia. Melonjaknya kasus pelecehan seksual ini pun para korban cenderung tutup mulut dan tidak berani melawan saat dirinya mendapati tindakan tercela tersebut. Maka dari itu, diharapkan banyak masyarakat yang sadar akan hal ini, agar dapat membantu para penyintas untuk merasa aman dan berani menyuarakan keadilan, salah satunya dengan mendukung atau terlibat dalam kampanye yang berkaitan dengan isu pelecehan seksual. Tipikasi ialah sebuah pengelolaan, produksi makna yang dikelola, diorganisasikan berdasarkan hubungan dengan pengelolaan informasi atau pengalaman lain yang diterima oleh manusia pada masa sebelumnya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tipikasi yang dibentuk oleh *followers* terhadap kampanye "*Stand Up*" L'Oreal x Jak lingko dalam akun media sosial Instagram @claurakiehl . Konsep yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain komunikasi, public relations, pelecehan seksual,kampanye public relations, media sosial, Instagram, *brand ambassador*, dan tipikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Tipikasi *followers* melalui pengetahuan dan pengalamannya terhadap kampanye "*Stand Up*" mencerminkan keberhasilan kampanye dalam mengelola informasi, membangun pemahaman yang mendalam, dan mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Kampanye ini berhasil mencapai tujuan-tujuannya dalam menciptakan pemahaman, kesadaran, dan partisipasi masyarakat dalam memerangi pelecehan seksual di transportasi umum.

***kata kunci: pelecehan seksual, komunikasi, kampanye, kampanye public relations, tipikasi.***

## ABSTRACT

Name : Roslita  
NIM : 44220010261  
Study Program : Communication Science  
Thesis Report Title : Followers' Typification Regarding The L'Oreal X Jaklingko Campaign About Sexual Harassment On Public Transportation On Instagram @Claurakiehl As Brand Ambassador

The "*Stand Up*" campaign from L'Oreal x JakLingko is one way of educating and changing the paradigm for society to fight sexual harassment in public spaces. Sexual harassment in public spaces is identified as the most important issue faced by women around the world. With the increase in cases of sexual harassment, victims tend to keep their mouths shut and do not dare to fight back when they encounter this despicable act. Therefore, it is hoped that many people will be aware of this, so that they can help survivors feel safe and have the courage to speak out for justice, one of which is by supporting or getting involved in campaigns related to the issue of sexual harassment. Typification is management, the production of managed meaning, organized based on relationships with the management of information or other experiences received by humans in previous times. By using descriptive qualitative research methods, this research aims to find out the tips formed by followers regarding the L'Oreal x Jak Lingko "Stand Up" campaign on the Instagram social media account @claurakiehl. The concepts used in this research include communication, public relations, sexual harassment, public relations campaigns, social media, Instagram, brand ambassadors, and typification. The results of this research show that followers' typification through their knowledge and experience of the "*Stand Up*" campaign reflects the success of the campaign in managing information, building deep understanding, and influencing people's attitudes and behavior. This campaign succeeded in achieving its goals in creating understanding, awareness and public participation in combating sexual harassment on public transportation.

***keywords: sexual harassment, communication, campaign, public relations campaign, typification.***



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Tipikasi *followers* mengenai kampanye L’Oreal x *JakLingko* tentang pelecehan seksual di transportasi umum pada instagram @Claurakiehl sebagai *brand ambassador*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, terutama Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.S.i selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan saran, waktu, panduan, semangat, pengetahuan, dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yakni kepada :

1. Dr. Nurhayani Saragih, M.S.i, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran dan kritik yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom. Selaku Ketua Sidang Skripsi, terima kasih banyak atas saran serta masukannya dalam sidang skripsi untuk perbaikan saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. Selaku Dosen Penguji Skripsi, yang telah memberi kritik, saran, dan masukan agar penulisan penelitian ini menjadi lebih baik.
4. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Para Informan, Anindria, Zahra Andira, Wilda Kusuma, Sella Agustina, dan Rana Maheswari yang sudah bersedia meluangkan waktu, dan ketersediaannya dalam membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.

7. Novi Erlita, S. Sos, M.A, selaku Dosen Penguji Seminar Proposal yang telah memberikan arahan dan saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Pemilik NIM 41120010093 yang sudah memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan cepat, memberikan pelajaran berharga sehingga saya mampu ada di titik ini sekarang.
11. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani saya, Rifda Aisy, Dewa Ayu dan teman-teman lainnya yang mungkin tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas motivasi, semangat dukungan, serta rangkulan yang sangat berarti bagi saya. Terimakasih atas tangan yang selalu mau untuk membantu, serta telinga yang tidak pernah bosan untuk mendengarkan keluh kesah, dan perjalanan saya untuk sampai di tahap ini.
12. Saudara terbaik saya, Mercy Maharani yang selalu memberikan semangat serta memberikan keyakinan untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kucing kesayangan saya, Cingcay,kitty, Cuppa, dan Ucup yang sudah membantu saya melepas penat, dan menjadi penyemangat bagi saya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dari skripsi ini.

Jakarta, 01 Maret 2024

  
Roslita



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRCT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Fokus Penelitian .....	11
1.3    Tujuan Penelitian.....	11
1.4    Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1    Penelitian Terdahulu .....	15
2.2    Kajian Teoritis.....	25
2.2.1    Komunikasi.....	25
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	31
2.2.3    Pelecehan Seksual.....	35
2.2.4    Kampanye <i>Public Relations</i> .....	38
2.2.5    Media Sosial .....	45
2.2.6    Instagram .....	48
2.2.7    Brand Ambassador .....	52
2.2.8    Tipikasi .....	54
BAB III .....	56

METODOLOGI PENELITIAN.....	56
3.1    Paradigma Penelitian .....	56
3.2    Metode Penelitian.....	57
3.3    Subjek Penelitian.....	58
3.4    Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.4.1    Data Primer .....	60
3.4.2    Data Sekunder.....	61
3.5    Teknik Analisis Data.....	62
3.6    Teknik Keabsahan Data .....	65
BAB IV .....	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	67
4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.2    Hasil Penelitian.....	73
4.2.1    Deskripsi Informan.....	78
4.2.2    Pengetahuan.....	82
4.2.3    Pengalaman .....	97
4.3    Pembahasan.....	111
BAB V.....	122
KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	125

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Postingan @claurakiehl tentang pelecehan seksual.....	7
<b>Gambar 1.2</b> Postingan @Claurakiehl menentang dan aware terhadap pelecehan seksual.....	9
<b>Gambar 2.1</b> Unsur komunikasi.....	26
<b>Gambar 2.2</b> Fungsi komunikasi.....	28
<b>Gambar 2.3</b> Ilustrasi efek komunikasi.....	29
<b>Gambar 4.1</b> Komitmen L'Oreal Paris .....	68
<b>Gambar 4.2</b> Tentang StandUp by L'Oreal Paris.....	69
<b>Gambar 4.3</b> Postingan cinta laura dalam kampanye Stand Up.....	74
<b>Gambar 4.4</b> Postingan @claurakiehl mengkampanyekan “Stand Up” di ruang public.....	75
<b>Gambar 4.5</b> Postingan Cinta Laura terkait isu pelecehan seksual.....	76



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	19
<b>Tabel 3. 1</b> Tabel Informan.....	59
<b>Tabel 4.1</b> Informasi Informan .....	81
<b>Tabel 4.2</b> Tipikasi Pengetahuan Informan .....	95
<b>Tabel 4.3</b> Tipikasi Pengalaman Informan.....	110



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 . DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	128
LAMPIRAN 2 . TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN ANINDRIA .....	130
LAMPIRAN 3 . TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN ZAHRA ANDIRA.....	135
LAMPIRAN 4 . TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN WILDA KUSUMA .....	140
LAMPIRAN 5 . TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN SELLA AGUSTINA .....	144
LAMPIRAN 6 . TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN RANA MAHESWARI.....	150
LAMPIRAN 7 . DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN MELALUI GOOGLE MEET .....	156
LAMPIRAN 8 . BIODATA (CV) PENELITI .....	159

