

ABSTRAK

Nama	: Pierri Athea
NIM	: 44318120033
Program Studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi	: Analisis Isi Konten Green Marketing L'Occitane Indonesia Pada Platform Instagram (loccitane_id) Periode Tahun 2023
Pembimbing	: Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom

Green marketing merujuk pada proses pemasaran yang didasarkan pada manfaat lingkungannya. Saat ini, banyak merek ramah lingkungan yang mempromosikan diri di media sosial dengan menekankan konten penjualan daripada edukasi tentang produk mereka. Penelitian ini memusatkan perhatian pada analisis isi konten L'Occitane Indonesia di media sosial Instagram akun l'occitane_id pada tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan menganalisis isi konten L'Occitane Indonesia di Instagram @loccitane_id selama Januari-Desember 2023, dengan fokus pada tema, fungsi, dan bentuk pesan untuk menggambarkan identitas merek. Manfaatnya adalah memberikan masukan untuk komunikasi yang efektif bagi perusahaan di industri kecantikan yang ingin membangun identitas merek melalui media sosial Instagram.

Metode penelitian yang diterapkan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi konten. Teknik pengumpulan datanya observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, dengan sumber data dari akun Instagram @loccitane_id dan situs web perusahaan. Paradigma konstruktivisme menjadi landasan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa L'Occitane Indonesia aktif mempromosikan praktik keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan melalui produk ramah lingkungan dan penekanan pada bahan alami. Dukungan terhadap program lingkungan dan CSR serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran konsumen menegaskan peran perusahaan sebagai agen perubahan dalam agenda hijau global.

Kata kunci: *green marketing, social media, L'Occitane, sustainability*

ABSTRACT

Name : Pierrri Athea
NIM : 44318120033
Study Program : Marketing Communication and Advertising
Report Title : Analisis Isi Konten Green Marketing L'Occitane
Indonesia Pada Platform Instagram (loccitane_id)
Periode Tahun 2023
Counsellor : Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom

Green marketing refers to marketing processes based on environmental benefits. Currently, many environmentally friendly brands promote themselves on social media by emphasizing sales content rather than educating about their products. This research focuses on analyzing the content of L'Occitane Indonesia on the social media platform Instagram, specifically the account l'occitane_id, in the year 2023.

The research aims to analyze the content of L'Occitane Indonesia on Instagram @loccitane_id from January to December 2023, focusing on themes, functions, and message forms to describe the brand identity. The benefit is to provide input for effective communication for companies in the beauty industry wishing to build brand identity through the Instagram social media platform.

The research method applied is qualitative with a content analysis approach. Data collection techniques include observation, documentation, and literature study, with data sources from the Instagram account @loccitane_id and the company's website. Constructivism paradigm serves as the foundation of the research.

The results show that L'Occitane Indonesia actively promotes sustainable practices and environmental responsibility through eco-friendly products and emphasis on natural ingredients. Support for environmental programs and CSR, as well as the use of social media to raise consumer awareness, reaffirm the company's role as a change agent in the global green agenda.

Keywords: *green marketing, social media, L'Occitane, sustainability*