



**KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* BUMI KARDUS DALAM  
MENYOSIALISAKAN #DekorasiRamahLingkungan  
MELALUI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Althaf Annisa**  
44220010237

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Althaf Annisa

NIM : 44220010237

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan 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, 5 September 2024



(Althaf Annisa)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Althaf Annisa  
NIM : 44220010237  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom (  )  
NIDN : 0303047803  
Ketua Penguji : Tri Diah Cahyowati, M.Si (  )  
NIDK : 8941650022  
Penguji Ahli : Martina Shalaty Putri Pane, M.Si (  )  
NIDN : 0305038703

Jakarta, 5 September 2024

Mengetahui,

**MERCU BUANA**

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

## LEMBAR *SIMILARITY CHECK*

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Althaf Annisa  
NIM : 44220010237  
Program Studi : Public Relations  
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 5 September 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

Jakarta, 13 September 2024  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Althaf Annisa

NIM : 44220010237

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram

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, 5 September 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Althaf Annisa)



## ABSTRAK

Nama : Althaf Annisa  
NIM : 44220010237  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram  
Pembimbing : Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom

Saat ini, Indonesia masih dihadapkan dengan permasalahan lingkungan, salah satunya adalah timbunan sampah yang belum terkelola dengan baik. Bumi Kardus adalah sebuah *sosioecopreneur* yang mengembangkan nilai keberlanjutan dengan memproduksi dekorasi ramah lingkungan dan menjadi wadah untuk edukasi serta kreativitas melalui pemanfaatan material kardus. Bumi Kardus menyosialisasikan kampanye *public relations* melalui konten-konten di Instagram nya dengan tagar #DekorasiRamahLingkungan.

Penelitian ini berusaha menggambarkan proses pengelolaan kegiatan kampanye *Public Relations* Bumi Kardus di Instagram. Kampanye *Public Relations* ini melewati tahapan-tahapan model kampanye *Public Relations* yang dikembangkan oleh Leon Ostegaard, dimulai dari prakampanye atau identifikasi masalah, pengelolaan, dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi data primer melalui wawancara mendalam, serta data sekunder melalui observasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan kampanye #DekorasiRamahLingkungan yang dilakukan oleh Bumi Kardus melalui Instagram berhasil dalam meningkatkan kesadaran, mengedukasi, dan menjadi solusi untuk permasalahan lingkungan serta pengelolaan sampah agar tidak mencemari lingkungan. Keberhasilan ini dibuktikan dengan meningkatnya minat khalayak dengan dekorasi kardus dan perubahan *followers* Instagram Bumi Kardus menjadi calon konsumen. Pengelolaan kegiatan kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan telah sesuai dengan berbagai tahapan yang terdapat dalam model kampanye Ostegaard.

**Kata kunci:** *Public Relations*, Sosialisasi, Media Sosial, Instagram

## ABSTRACT

Name : Althaf Annisa  
NIM : 44220010237  
Study Program : Public Relations  
The Tittle of Thesis Report : Bumi Kardus *Public Relations Campaign in Socializing #DekorasiRamahLingkungan Through Instagram*  
Counsellor : Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom

Currently, Indonesia is still faced with environmental problems, one of which is the accumulation of waste that has not been managed properly. Bumi Kardus is a socioecopreneur that develops the value of sustainability by producing environmentally friendly decorations and becoming a forum for education and creativity through the use of cardboard materials. Bumi Kardus socializes public relations campaigns through content on its Instagram with the hashtag #DekorasiRamahLingkungan.

This research seeks to describe the process of managing Bumi Kardus public relations campaign activities on Instagram. This Public Relations campaign goes through the stages of the Public Relations campaign model developed by Leon Ostegaard, starting from pre-campaign or problem identification, management, and evaluation. The research method used is descriptive qualitative with a constructivism paradigm. Data collection techniques in this research include primary data through in-depth interviews, as well as secondary data through observation and literature study.

The results showed that the #DekorasiRamahLingkungan campaign activities carried out by Bumi Kardus through Instagram were successful in raising awareness, educating, and becoming a solution to environmental problems and waste management so as not to pollute the environment. This success is evidenced by the increasing public interest in cardboard decorations and the change in Bumi Kardus Instagram followers to potential customers. The management of Bumi Kardus Public Relations campaign activities in socializing #DekorasiRamahLingkungan has been in accordance with the various stages contained in the Ostegaard campaign model.

**Keywords: Public Relations Campaign, Socialization, Social Media, Instagram**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan pertolongan berupa kelancaran, kemudahan dan juga melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Kampanye *Public Relations* Bumi Kardus dalam Menyosialisasikan #DekorasiRamahLingkungan Melalui Instagram” untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 (S1) Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penyelesaian Tugas Akhir ini melibatkan bimbingan hingga masukan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu:

1. Ibu Dewi Ambarsari, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing, sekaligus Dosen Pengampu mata kuliah Tugas Akhir, yang telah sabar membimbing, memberikan saran dan pengetahuan yang bermanfaat serta memberikan dukungan kepada penulis.
2. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah menyetujui dan mendukung penelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
3. Ibu Suryaning Hayati, S.Ikom, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang sudah memberikan arahan dan dukungan selama masa perkuliahan.
4. Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam melaksanakan Tugas Akhir.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan baru kepada penulis selama perkuliahan.



6. Informan dalam penelitian ini, Baba, Reza Putra Rizki, Dariansya Primo Danasabe, Kak Rachma Dwijayanti, dan Lulu Saidah Sarah yang telah bersedia untuk terlibat dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
7. Kedua Orang Tua saya, Ayah Imam dan Bunda Tia, Adik ku Zidane, yang selalu berdoa, memberikan dukungan, dan kasih sayang yang besar kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan grup DO FUN yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat, Lulu Saidah Sarah, Irma Tri Hastuti, Nadia Ivana, Fina Gulfiana, dan Inessa Widyasari.
9. Teman-teman seperjuangan bimbingan yang selalu mendukung dan membantu untuk penyusunan Tugas Akhir, Najwa, Irma, dan Daiva.
10. Reza Putra Rizki, yang selalu membantu, menemani, dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyusun hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman BITS yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat, Reza, Darian, Egi, Azmi, Sella, Rhaisya, Ardina, Baldev, Naufal, dan Khalil.
12. Sahabat dan teman saya terkasih lainnya yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu dan telah mendengarkan keluh kesah serta tetap memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Selain itu, kepada seluruh pihak yang sudah terlibat dalam memberikan bantuan kepada penulis, tetapi tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak, atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
13. SHINee, Cho Seungyoun, Byeon Wooseok dan Kim Hyeyoon yang sudah menjadi penghibur dan penghilang penat ketika penulis sedang kehilangan motivasi dalam menyusun Tugas Akhir.
14. Untuk diri saya sendiri, atas pertolongan Allah SWT, terima kasih sudah berusaha dan berjuang semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan penulisan penelitian ini. Penulis berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penulis selanjutnya.



Jakarta, 5 September 2024

Althaf Annisa

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....       | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | iii  |
| LEMBAR <i>SIMILARITY CHECK</i> .....         | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....          | v    |
| ABSTRAK .....                                | vi   |
| ABSTRACT.....                                | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                         | viii |
| DAFTAR ISI.....                              | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | xiii |
| DAFTAR TABEL.....                            | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1    |
| 1.2 Fokus Penelitian.....                    | 6    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                   | 7    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                  | 7    |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                 | 7    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                  | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                 | 8    |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....               | 8    |
| 2.2.1 Komunikasi Persuasif .....             | 13   |
| 2.2.2 <i>Public Relations</i> .....          | 15   |
| 2.2.3 Kampanye <i>Public Relations</i> ..... | 18   |
| 2.2.4 Sosialisasi.....                       | 24   |
| 2.2.5 Instagram.....                         | 25   |
| 2.2.6 <i>Green Product</i> .....             | 29   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....           | 30   |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....               | 30   |
| 3.2 Metode Penelitian.....                   | 31   |
| 3.3 Subjek Penelitian.....                   | 31   |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....            | 33   |

|   |   |    |
|---|---|----|
| 3.4.1                                       | Data Primer .....   | 34 |
| 3.4.2                                       | Data Sekunder .....   | 34 |
| 3.5   | Teknik Analisis Data .....  | 34 |
| 3.6   | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....   | 35 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... |   | 34 |
| 4.1   | Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 34 |
| 4.1.1                                       | Sejarah dan Profil Bumi Kardus .....  | 34 |
| 4.1.2                                       | Instagram Bumi Kardus .....   | 39 |
| 4.1.3                                       | Visi dan Misi Bumi Kardus .....   | 41 |
| 4.1.4                                       | Struktur Organisasi .....   | 42 |
| 4.2   | Hasil Penelitian.....   | 42 |
| 4.2.1                                       | Pra kampanye atau identifikasi masalah .....  | 43 |
| 4.2.2                                       | Pengelolaan pesan kampanye #DekorasiRamahLingkungan melalui platform Instagram Bumi Kardus .....        | 45 |
| 4.2.3                                       | Evaluasi atau pasca kampanye Bumi Kardus dalam menyosialisasikan kampanye #DekorasiRamahLingkungan..... | 56 |
| 4.3   | Pembahasan .....  | 60 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....             |   | 74 |
| 5.1   | Kesimpulan.....   | 74 |
| 5.2   | Saran.....  | 74 |
| 5.2.1                                       | Saran Akademis .....  | 76 |
| 5.2.2                                       | Saran Praktis .....   | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                        |   | 77 |
| LAMPIRAN.....                               |   | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Konten Instagram @tamanliterasi.jkt Pesta Literasi di Taman (PELITA) ..... | 3  |
| Gambar 1. 2 Data Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....           | 5  |
| Gambar 2. 1 Model Kampanye Ostergaard.....   | 23 |
| Gambar 4. 1 Logo Bumi Kardus .....   | 39 |
| Gambar 4. 2 Akun Instagram @bumikardus .....   | 40 |
| Gambar 4. 3 Segmen Konten @bumikardus.....   | 41 |
| Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Bumi Kardus .....                                      | 42 |
| Gambar 4. 5 Postingan pertama konten #DekorasiRamahLingkungan .....                    | 44 |
| Gambar 4. 6 Segmen Konten IBUKOS (Ini Bumi Kardus Promosi) .....                       | 49 |
| Gambar 4. 7 Segmen Konten INFOKUS (Informasi dari Bumi Kardus).....                    | 50 |
| Gambar 4. 8 Segmen Konten INFOKUS (Informasi dari Bumi Kardus).....                    | 51 |
| Gambar 4. 9 Segmen Konten AKAP (Antar Kardus Ama Produksi).....                        | 52 |
| Gambar 4. 10 Segmen Konten NKCTK (Nanti Kita Cerita Tentang Kardus).....               | 54 |
| Gambar 4. 11 Segmen Konten INFOKUS (Informasi dari Bumi Kardus).....                   | 55 |

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu ..... | 10 |
| Tabel 3. 1 Data Subjek Penelitian .....            | 33 |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA