

**ANALISIS ISI PESAN *PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN*
BRAND AVOSKIN #LOVEAVOSKINLOVEEARTH PADA
INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Brigitta Lidwina Rustan

NRP.1423020104

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**ANALISIS ISI PESAN *PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN*
BRAND AVOSKIN #LOVEAVOSKINLOVEEARTH PADA
INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Brigitta Lidwina Rustan

NRP.1423020104

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Brigitta Lidwina Rustan

NRP : 1423020104

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Analisis isi pesan *Public Relations campaign brand Avoskin* #LoveAvoskinLoveEarth pada Instagram @avoskinbeauty adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 Januari 2024

Penulis
10000
METER
TEMPEL
AF8AALX044900292
Brigitta Lidwina Rustan



NRP.1423020104

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS ISI PESAN *PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN BRAND*

AVOSKIN #LOVEAVOSKINLOVEEARTH PADA INSTAGRAM

@AVOSKINBEAUTY

Oleh:


Brigitta Lidwina Rustan

NRP.1423020104

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. ()

NIDN. 0715108903

Pembimbing II : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. ()

NIDN. 0725058704

Surabaya, 15 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 5 Januari 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a horizontal line with a small curve at the end.

2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a horizontal line with a small curve at the end.

3. Anggota : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a horizontal line with a small curve at the end.

4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN.0725058704

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a horizontal line with a small curve at the end.

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Brigitta Lidwina Rustan

NRP : 1423020104

Menyetujui skripsi saya

Judul : Analisis isi pesan *Public Relations campaign brand Avoskin* #LoveAvoskinLoveEarth pada Instagram @avoskinbeauty

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2024

Yang menyatakan,



Brigitta Lidwina Rustan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada hari tanpa berdoa, bersyukur dan berterima kasih atas segala proses dan langkah demi langkah disetiap harinya. Tanpa Tuhan Yesus, orangtua, keluarga, dan teman-teman, peneliti tidak berarti apa-apa. Senang, sedih, susah, bangkit telah dilalui bersama selama perkuliahan 3,5 tahun ini. Bertumbuh dan berproses menjadi tahap yang sangat berarti dalam kehidupan peneliti. Teruntuk kedua orangtua peneliti, Papa dan Mama, terima kasih atas segala pengorbanannya yang telah diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti bisa berkuliah dan menimba ilmu dengan baik di Surabaya dan terima kasih atas kepercayaannya yang amat besar kepada peneliti. Selangkah lagi, peneliti akan menyelesaikan tugas dan kewajibannya diperkuliahan ini, semoga membuahkan hasil yang baik dan akan menjadi jalan untuk menggapai cita-cita. Terima kasih Pa, Ma, dan semua yang terlibat, baik yang disebutkan maupun tidak, karya ini kupersembahkan kepada kalian.

Surabaya, 15 Januari 2024

Brigitta Lidwina Rustan

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, penyertaan, dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis isi pesan *Public Relations campaign brand* Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth pada Instagram @avoskinbeauty”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi untuk melihat karakteristik isi pesan kampanye PR #LoveAvoskinLoveEarth pada konten *feed* dan *story* Instagram Avoskin @avoskinbeauty.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Sekiranya apabila ada masukan atau saran yang diberikan kepada peneliti, akan sangat berguna dalam perbaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini berjalan lancar tentunya tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih atas anugerah kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis selalu dalam kondisi yang sehat, dijauhkan dari marabahaya, dan penulis mampu melewati hari-hari yang sulit selama menyelesaikan proses perkuliahan ini.
2. Orang tua, saudara, dan keluarga besar penulis yang dengan senantiasa mendoakan, mendukung dan menemani penulis dikala sedih maupun senang.
3. Ibu Brigitta Revia, S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom dan ibu Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas

dukungan, bimbingan, serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

4. Indininta Namira Putri dan Vanessa Olivia sebagai *intercoder* dalam penelitian ini. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Sahabat seperjuangan dibangku perkuliahan Indah, Kezia, Natalia, kepeseng *family*, serta semua teman FIKOM angkatan 2020 yang juga sedang berjuang menjalani rangkaian kelulusan. Terima kasih telah saling memberikan semangat, dukungan, dan berbagi cerita selama berkuliah. Semangat terus ya! Semoga kita dapat bertemu dikesuksesan kita masing-masing.
6. Farah, Nisa, Clarissa, Maria, Vania yang menjadi sahabat penulis sejak dibangku SMP dan SMA hingga saat ini. Kehadiran kalian selalu menjadi penyemangat penulis dikala sedih maupun senang.
7. Michael Palevi, sosok yang menjadi penyemangat dan yang selalu memberi dukungan kepada penulis selama ini.
8. Kepada diri sendiri, terima kasih karena telah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Penulis ingin meminta maaf jika dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan. Namun, semoga skripsi ini dapat memberikan edukasi dan manfaat dalam bidang Ilmu Komunikasi serta dapat memberikan motivasi kepada peneliti selanjutnya. Akhir kata, terima kasih dan Tuhan Memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	14
I.3 Tujuan Penelitian.....	14
I.4 Batasan Penelitian	15
I.4.1 Objek Penelitian	15
I.4.2 Subjek Penelitian	15
I.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Akademis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	15
1.5.3 Manfaat Sosial	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
II.1 Penelitian Terdahulu	17
II.2 Kerangka Teori.....	22
II.2.1 <i>Public Relations</i>	22
II.2.2 Kampanye <i>Public Relations</i>	25

II.2.3 Media Sosial Instagram.....	29
II.2.4 Analisis Isi.....	33
II.2.5 Isi pesan.....	35
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	38
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
III.2 Metode Penelitian.....	40
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	41
III.4 Definisi Konseptual.....	41
III.5 Definisi Operasional.....	42
III.6 Populasi dan Sampel	45
III.7 Teknik Penarikan Sampel	46
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	47
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	47
III.9.1 Validitas	47
III.9.2 Reliabilitas	48
III.10 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	51
IV.1.2 Profil Akun Instagram Avoskin Beauty.....	51
IV.2 Uji Reliabilitas	53
IV.3 Hasil penelitian dan pembahasan.....	57
IV.3.1 Struktur Isi Pesan	59
IV.3.1.1 <i>Message sidedness</i>	59
IV.3.1.2 <i>Order of presentation</i>	63
IV.3.1.2.1 Penyajian Pesan.....	64
IV.3.1.2.2 Teknik Penyusunan Pesan	67
IV.3.1.2.3 Penarikan Kesimpulan	69
IV.3.2 Daya Tarik Pesan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
V.1 Kesimpulan	78

V.2 Saran.....	79
V.2.1 Saran Akademis.....	79
V.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel II.2 Perbandingan kampanye dan propaganda	26
Tabel III.1 Definisi Operasional.....	42
Tabel IV.1 Reliabilitas antara peneliti dengan intercoder A.....	55
Tabel IV.2 Reliabilitas antara peneliti dengan intercoder B.....	56
Tabel IV.3 Penekanan pesan pada kampanye #LoveAvoskinLoveEarth	60
Tabel IV.4 Urutan penyajian pesan pada kampanye #LoveAvoskinLoveEarth	63
Tabel IV.5 Daya tarik pesan pada kampanye #LoveAvoskinLoveEarth	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data penyumbang sampah plastik terbanyak ke lautan	4
Gambar I.2 Konten <i>feed</i> akun Instagram @avoskinbeauty	7
Gambar I.3 Beberapa konten akun Instagram @scarlett_whitening	9
Gambar II.1 Jenis unit analisis	34
Gambar IV.1 Akun Instagram @avoskinbeauty.....	52
Gambar IV.2 Logo Avoskin.....	53
Gambar IV.3 Unggahan yang mengaplikasikan <i>two sided</i>	61
Gambar IV.4 Unggahan yang mengaplikasikan <i>anti-climax</i>	65
Gambar IV.5 Unggahan yang mengaplikasikan <i>primacy</i>	68
Gambar IV.6 Unggahan yang mengaplikasikan metode eksplisit.....	70
Gambar IV.7 Unggahan yang mengaplikasikan <i>rational appeals</i>	75
Gambar IV.8 Unggahan yang mengaplikasikan <i>emotional appeals</i>	76

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	39
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Lembar <i>Coding</i>	84
---------------------------------------	----

ABSTRAK

Brigitta Lidwina Rustan NRP. 1423020104. Analisis Isi Pesan *Public Relations Campaign brand* Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth pada Instagram @avoskinbeauty

Penelitian ini merujuk kepada pesan kampanye PR #LoveAvoskinLoveEarth yang lahir atas dasar isu pencemaran lingkungan secara terus menerus serta komitmen *team* Avoskin dengan turut memperhatikan kepentingan alam dan tidak hanya berfokus pada *profit*. Kampanye menitikberatkan informasi yang dituangkan kedalam bentuk pesan untuk dipublikasikan kepada publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penerapan metode penelitian analisis isi. Analisis isi digunakan sebagai metode penelitian untuk mengetahui bagaimana karakteristik isi pesan kampanye PR Avoskin. Penelitian ini menggunakan indikator isi pesan. Adapun objek penelitian ini yaitu analisis isi pesan *Public Relations campaign brand* Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth pada Instagram. Subjek penelitian ini adalah isi konten *feed* dan *story* kampanye PR Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth pada akun Instagram @avoskinbeauty. Berdasarkan hasil penelitiannya, Avoskin menerapkan seluruh indikator struktur dan daya tarik isi pesan dalam mengemas suatu pesan kampanye PR #LoveAvoskinLoveEarth. Avoskin menggunakan struktur pesan berupa penekanan pesan *two sided*, penyajian pesan secara *anti-climax*, teknik penyusunan pesan secara *primacy*, dan penarikan kesimpulan secara eksplisit. Daya tarik pesan yang digunakan Avoskin dalam penyampaian pesan kampanyenya lebih cenderung menggunakan *rational appeals*.

Kata Kunci : Analisis isi pesan, Kampanye *Public Relations*, Avoskin, Kampanye *Love Avoskin Love Earth*, Instagram

ABSTRACT

Brigitta Lidwina Rustan NRP. 1423020104. *Content analysis of Public Relations Campaign Avoskin brand #LoveAvoskinLoveEarth on @avoskinbeauty Instagram*

This research refers to the PR campaign message #LoveAvoskinLoveEarth which was born based on the issue of continuous environmental pollution and the commitment of the Avoskin team to pay attention to the interests of nature and not only focus on profit. The campaign focuses on information that is expressed in the form of messages to be published to the public. This research uses a descriptive quantitative approach with the application of content analysis research methods. Content analysis is used as a research method to determine the characteristics of the content of Avoskin's PR campaign messages. This research uses message content indicators. The object of this research is analysis of the content of the Public Relations campaign message for the Avoskin brand #LoveAvoskinLoveEarth on Instagram. The subject of this research is the content of the Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth PR campaign feed and story on the Instagram account @avoskinbeauty. Based on the results of its research, Avoskin applies all indicators of the structure and attractiveness of message content in packaging a #LoveAvoskinLoveEarth PR campaign message. Avoskin uses a message structure in the form of two-sided message emphasis, anti-climax message presentation, primacy message structuring techniques, and explicit conclusion drawing. The message appeal that Avoskin uses in delivering its campaign messages tends to use rational appeals.

Keyword : Message content analysis, Public Relations Campaign, Avoskin, Love Avoskin Love Earth Campaign, Instagram