

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas rahmat dan anugerah-Nya yang begitu besar hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : “Strategi Kampanye @Selflovewarrior.Id Melalui Instagram Sebagai Upaya Menghapus Pandangan *Body Shaming* Bagi Wanita Indonesia”. Skripsi ini membahas mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh Organisasi *Self Love Warrior* mendorong masyarakat khususnya kaum wanita di Indonesia dalam menghadapi *body shaming* dan membantu wanita Indonesia untuk lebih mencintai diri sendiri (*self love*).

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu didasari dari kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Maka darinya itu peneliti sangat menerima masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun. Besar harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi pihak umum lainnya. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan ini, karena itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Rambu Naha S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Universitas Pelita Harapan.
3. Dr. Rizaldi Parani S.Sos., MIR selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti.
4. Niyu, S. Si., M.I.Kom. selaku Co-Dosen pembimbing yang meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti.
5. Organisasi Self Love yang telah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dengan peneliti.
6. Terendienta Pinem, M.Psi, Psikolog selaku psikolog yang telah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dengan peneliti.
7. Teman seperjuangan dalam melakukan skripsi di PJJ Universitas Pelita Harapan dengan peneliti yaitu Kak Annie Sujapto dan Kak Vanessa yang telah memberikan dukungan selama skripsi berlangsung.

Tangerang, 07 Januari 2021



Martina Carolina

DAFTAR ISI

	halaman
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Konseptual	11
2.2.1 Komunikasi	11
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	12
2.2.3 Kampanye Sosial.....	14
2.2.4 Media Sosial.....	17
2.2.5 Instagram.....	18
2.2.6 <i>Body Shaming</i>	20
2.2.7 <i>Self Love</i>	21
2.3 Kerangka Teoritis.....	22
2.3.1 Teori Konstruksi Sosial.....	22

2.4	Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		26
3.1	Pendekatan Penelitian	26
3.2	Metode Penelitian.....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data	28
3.4	Unit Analisis.....	30
3.5	Proses Analisa Data.....	30
3.6	Uji Keabsahan Data.....	32
3.7	Keterbatasan Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Hasil Penelitian	35
4.2	Pembahasan Penelitian.....	52
4.2.1	Komunikasi Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	52
4.2.2	Penggunaan Media Sosial Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	54
4.2.3	Kampanye Sosial Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	56
4.2.4	Teori Konstruksi Sosial.....	61
Bab V PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		1
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Survei ZAP penggunaan produk perawatan kulit Juli – September 2019.....	2
Gambar 1.2 Pengguna aktif media sosial di Indonesia Januari 2020	3
Gambar 1.3 Persentase banyaknya media sosial di Indonesia Januari 2020	3
Gambar 1.4 Persentase perempuan Indonesia mengalami <i>body shaming</i> Juli – September 2019	5
Gambar 2.1 Persentase banyaknya media sosial di Indonesia Januari 2020	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Gambar analisa data penelitian kualitatif.....	31
Gambar 4.1.1 Gambar Instagram Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	37
Gambar 4.1.2 Gambar Youtube Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	37
Gambar 4.1.3 Postingan Instagram SLW membahas drama Korea “ <i>it’s okay to not be okay</i> ”	40
Gambar 4.1.4 Postingan Instagram Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	43
Gambar 4.1.5 Gambar <i>Insights</i> Instagram Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	44
Gambar 4.1.6 Contoh komentar di Instagram Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	45
Gambar 4.1.7 Contoh <i>comment box</i> di Instagram Organisasi SLW	47
Gambar 4.1.8 <i>Story</i> tentang <i>body shaming</i> di Instagram Organisasi SLW	48
Gambar 4.1.9 Postingan <i>body shaming</i> di Instagram Organisasi SLW	48

DAFTAR TABEL

halaman

Tebel 4.1.1 Tabel informan terkait platform yang digunakan Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	35
Tebel 4.1.2 Tabel informan terkait strategi pembuatan postingan Instagram <i>@selflovewarrior.id</i>	38
Tebel 4.1.3 Tabel informan terkait strategi pembuatan konten Instagram <i>@selflovewarrior.id</i>	39
Tebel 4.1.4 Tabel informan terkait pembuatan <i>caption</i> Instagram Organisasi <i>Self Love Warrior</i>	41
Tebel 4.1.5 Tabel informan terkait promosi yang dilakukan SLW untuk Instagram <i>@selflovewarrior.id</i>	42
Tebel 4.1.6 Tabel <i>Insights</i> Instagram <i>@selflovewarrior.id</i>	43
Tebel 4.1.7 Tabel cara interaksi Organisasi <i>Self Love Warrior</i> dengan <i>followers</i> di Instagram	45
Tebel 4.1.8 Tabel kampanye yang sudah dilakukan Organisasi <i>Self Love Warrior</i> di Instagram	46
Tebel 4.1.9 Tabel pemahaman <i>body shaming</i>	49
Tebel 4.1.10 Tabel Hubungan <i>self love</i> dan <i>body shaming</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1	2
Lampiran 2	12
Lampiran 3	17
Lampiran 4	27
Lampiran 5	34

