



Judul Skripsi :

**STRATEGI KAMPANYE KREATIF IKLAN “FOREVER AGAINTS ANIMAL TESTING” PADA PRODUK THE BODY SHOP UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Jihan Nabila Putri

NIM : 1410411023



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



**STRATEGI KAMPANYE KREATIF IKLAN “FOREVER AGAINST  
ANIMAL TESTING” PADA PRODUK THE BODY SHOP UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

**SKRIPSI**

Skripsi ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi

**Jihan Nabila Putri**

**1410411023**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

*”Alhamdulillah for everything. I can never  
thank Allah enough for the countless bounties  
He blessed us with.”*

*- Jihan Nabila -*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Jihan Nabila Putri

NRP : 1410411023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila mana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku,

Jakarta, 5 Juli 2018



Jihan Nabila Putri

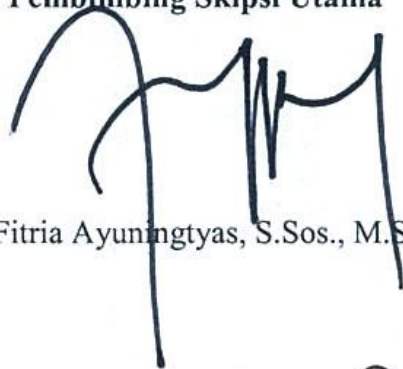
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh

Nama : Jihan Nabila Putri  
NRP : 1410411023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Advertising*  
Judul Skripsi : STRATEGI KREATIF IKLAN KAMPANYE "*FOREVER AGAINTS ANIMAL TESTING*" PADA PRODUK *THE BODY SHOP* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

**Pembimbing Skripsi Utama**



Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si.

**Pembimbing Skripsi Pendamping**



Puri Bestari, S.Hum., M.Si.

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Damayanti S.sos, MSI

**Ditetapkan di** : Jakarta

**Tanggal Ujian** : 5 Juli 2018

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Judul yang penulis pilih adalah “Strategi Kampanye Kreatif Iklan *“Forever Againts Animal Testing”* pada produk *The Body Shop* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan Ilmu Komunikasi pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dengan keterbatasan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, penulis mengharapkan masukan yang membangun untuk kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, bantuann, serta dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril mapun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Zulkarnaen dan Maryati, dan adik saya Rafa Febriansyah. Terimakasih saya ucapkan atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing pertama dan Puri Bestari, S.Hum., M.Si selaku dosen pembimbing pendamping peneliti. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan dan motivasi, serta kritikan yang membangun saya dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini.
3. Damayanti, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

5. Dr. Antar Venus MA. Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Kepada para informan yaitu *Public Relations Manager*, *General Manager of Brand Marketing*, dan *Brand Values Executive* dari perusahaan *The Body Shop* Indonesia, lalu beberapa finalis *The Body Shop Beauty BAE*. Terimakasih saya ucapkan atas segala informasi yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini,
7. Kurniawati Hanna Utami, Putri Eka Andryani, Zela Anisa Oktafiani, Mega Purnamasari, dan Keluarga besar FIBER Production yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penelitian. Terima kasih juga kepada kepada teman-teman mahasiswa/i FISIP UPN “Vetran” Jakarta, telah menjadi teman yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis.
8. Shendy Suhandi yang selalu bersedia mendengarkan keluhan penulis dan selalu memberikan saran dan motivasi kepada saya selama proses pengerjaan skripsi.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi yang nantinya akan membaca.

Jakarta, 5 Juli 2018

Penulis



Jihan Nabila Putri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jihan Nabila Putri  
NRP : 1410411023  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KAMPANYE KREATIF IKLAN “FOREVER AGAINST  
ANIMAL TESTING” PADA PRODUK THE BODY SHOP UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : 5 Juli Jakarta

Pada Tanggal : Juni 2018

Yang menyatakan,



Jihan Nabila Putri



**STRATEGI KREATIF IKLAN KAMPANYE “FOREVER AGAINST  
ANIMAL TESTING” PADA PRODUK THE BODY SHOP DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

**JIHAN NABILA PUTRI**

**ABSTRAK**

Kosmetik sudah menjadi gaya hidup, kebanyakan dimasyarakat terutama wanita saat ini. *The body shop* Indonesia merupakan salah satu perusahaan ritel kosmetik yang bergerak dibidang kecantikan yang seluruh rangkaian produknya terbuat dari bahan alami dan tidak mengandung unsur hewani yang tentunya sangat aman untuk digunakan oleh masyarakat. Penelitian ini membahas strategi kreatif iklan kampanye *Forever Against Animal Testing The body shop* Indonesia dalam membangun *brand awareness*. Tujuan penelitian ingin mengetahui bagaimana strategi kreatif iklan yang dilakukan oleh *The body shop* Indonesia dalam membangun *brand awareness* dari *The body shop* Indonesia. Metode yang digunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi partisipan pasif dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan strategi kreatif iklan yang digunakan dalam kampanye *Forever Against Animal Testing The body shop* Indonesia adalah dengan cara lebih memberikan informasi yang lebih detail pada iklannya, sehingga masyarakat benar-benar mengerti makna pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut, hal itu menunjukkan hasil yang cukup berhasil dalam membangun *brand awareness* perusahaan *The body shop* Indonesia.

**Kata Kunci** Kreatif Iklan, *The body shop* Indonesia, *Forever Against Animal Testing*, Kampanye, *Brand Awareness*.

**CREATIVE STRATEGY ADVERTISING CAMPAIGN "FOREVER  
AGAINST ANIMAL TESTING" AT THE BODY SHOP PRODUCTS IN  
INCREASING BRAND AWARENESS**

**JIHAN NABILA PUTRI**

**ABSTRACT**

*Cosmetics have become lifestyle, most especially women dimasyarakat at this time. The body shop Indonesia is one of the retail cosmetics company engaged in a whole series of beauty products made from natural ingredients and do not contain animal element which is certainly very safe for use by the public. This research discusses creative strategy advertising campaign Forever Against Animal Testing The body shop Indonesia in building brand awareness. The purpose of the study wanted to find out how advertising creative strategy undertaken by The body shop Indonesia in building brand awareness from The body shop Indonesia. The method used a qualitative approach. The technique of data collection conducted in-depth interviews with participants and passive observation, study of librarianship. Research results showed the creative strategy used in campaign ads Forever Against Animal Testing The body shop Indonesia is more by way of providing more detailed information on the ad, so that people really understand the meaning of the message conveyed by these ads, it shows the results of a fairly successful in building brand awareness of the company The body shop Indonesia.*

**Keywords:** *Creative Ads, The body shop Indonesia, Forever Against Animal Testing, Campaign, Brand Awareness.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMPAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> <u>    </u> <b>PENDAHULUAN</b>	
I.1 Signifikansi Penelitian .....	1
I.2 Fokus Penelitian .....	7
I.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
I.4 Tujuan Penelitian .....	9
I.5 Manfaat Penelitian .....	9
I.6 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II</b> <u>    </u> <b>KAJIAN TEORITIS</b>	
II.1 Penelitian Terdahulu.....	10
II.2 Konsep-Konsep Penelitian .....	12
II.2.1 Kampanye .....	12
II.2.2 Strategi Kampanye Iklan .....	14
II.2.3 Strategi Kreatif Iklan .....	15
II.2.4 Media Baru .....	19
II.2.5 <i>Brand Awareness</i> .....	20
II.3 Teori Penelitian.....	21
II.3.1 Teori Difusi Inovasi.....	21
II.4 Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB III</b> <b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1 Metode Pengumpulan Data .....	24
III.2 Sifat Penelitian .....	25
III.3 Teknik Analisis Data .....	26
III.3.1 Data Primer .....	26
III.3.2 Data Skunder .....	30
III.4 Penentuan Informan .....	30
III.5 Teknik Keabsahan Data .....	33
III.6 Watu dan Lokasi Penelitian.....	36

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	IV.1 Gambaran Umum Dan Object Penelitian.....	37
	IV.1.1 Tentang <i>The Body Shop</i> .....	37
	IV.1.2 Logo dan Sloga <i>The Body Shop</i> .....	38
	IV.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
	IV.1.4 Struktus Organisasi .....	40
	IV.1.5 Bidang .....	41
	IV.1.6 <i>Velues The Body Shop</i> .....	42
	IV.1.7 Kampanye <i>The Body Shop</i> .....	44
	IV.2 Hasil Penelitian .....	53
	IV.2.1 Perencanaan Pemilihan Media .....	54
	IV.2.2 Strategi Kreatif Iklan Kampanye “ <i>Forever Against Animal Testing</i> ” .....	60
	IV.3 Pembahasan.....	70
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	
	V.1 KESIMPULAN .....	76
	V.2 SARAN .....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2 Waktu Penelitian .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 2 Model Analisis Miles dan Huberman.....	35
Gambar 3 Logo <i>The Body Shop</i> .....	38
Gambar 4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	40
Gambar 5 Kampanye <i>The Body Shop Forever Against Animal Testing</i> .....	48
Gambar 6 <i>Website The Body Shop</i> .....	49
Gambar 7 Informasi kegiatan kampanye yang di Instagram .....	50
Gambar 8 Informasi kampanye di Facebook .....	51
Gambar 9 Informasi kampanye pada Twitter.....	51
Gambar 10 Informasi kampanye pada <i>channel youtube</i> .....	52
Gambar 11 Iklan yang di buat oleh perusahaan <i>The Body Shop</i> Indonesia .....	53
Gambar 12 Media-media promosi yang digunakan .....	58
Gambar 13 Gerakan Kampanye Melalui Sosial Media.....	63
Gambar 14 Gerakan Kampanye Melalui Sosial Media.....	63
Gambar 15 Kegiatan Para TBSBEAUTYBAE.....	64
Gambar 16 Kegiatan Para TBSBEAUTYBAE.....	65
Gambar 17 Poster Kampanye “ <i>Forever Against Animal Testing</i> ” .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Permohonan Riset .....	A1
Balasan Surat Permohonan Riset .....	A2
Transkrip Wawancara .....	A3
Lampiran B Daftar Riwayat Hidup .....	B1