

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*
SKRIPSI, 2023**

**ANANDA DEVINA PUTRI
2019140076**

***“STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* BEAUTYNESIA
#BEAUTYEVERAFTER DALAM MENGUBAH PERILAKU PUBLIK
MENGELOLA LIMBAH KOSMETIK”***

ABSTRAK

Peningkatan penjualan produk kosmetik berbanding lurus dengan volume limbah yang akan dihasilkan. Tidak hanya sampah kemasan, limbah kimia yang terkandung dalam kosmetik juga berbahaya bagi lingkungan karena mengandung residu sehingga dapat mengurangi kualitas sampah ketika di daur ulang. Kosmetik kedaluwarsa menyumbang *beauty waste* yang berdampak negatif kepada lingkungan yaitu kemasan produk dan limbah kimia yang terkandung dalam kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tahapan strategi kampanye *public relations* Beautynesia #BeautyEverAfter dalam mengubah perilaku publik mengelola limbah kosmetik dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam kampanye *public relations* #BeautyEverAfter. Penelitian ini menggunakan Teori Strategi Kampanye Public Relations Bobbit Sullivan dan Anne Gregory serta Teori Tahapan Perubahan Perilaku Antar Venus. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi kampanye *public relations* Beautynesia dikatakan berhasil dalam periode satu bulan karena mencapai tujuan dari kampanye #BeautyEverAfter. Selain itu, terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam berjalannya kampanye #BeautyEverAfter seperti koordinasi dilakukan secara solid oleh tim Beautynesia dan tim yang bekerjasama serta penghambatnya yakni waktu persiapan kampanye #BeautyEverAfter dilakukan secara singkat sehingga persiapan tidak optimal. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan bagi Beautynesia untuk dapat mempersiapkan kegiatan kampanye secara lebih matang agar proses pelaksanaan atau eksekusi dapat dijalankan secara lebih maksimal dan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya agar dapat berkontribusi pada kajian *public relations* dengan lebih memperdalam teori yang berkaitan dengan kampanye *public relations*.

Kata Kunci : Strategi, Kampanye *Public Relations*, Perilaku, Beautynesia, #BeautyEverAfter
Referensi : 9 Buku, 7 Jurnal, 11 Website
Pembimbing : Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom