

**Analisa Peran Konten Brand Social Responsibility Love
Avoskin Love Earth dalam Membentuk Brand Image
Avoskin**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi*



Disusun Oleh:

Vania Callysta Putri R.

(1221003038)

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Vania Callysta Putri Russetyoadji

NIM : 1221003038

Tanda Tangan :



Tanggal: 31 Juli 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vania Callysta Putri R.
NIM : 1221003038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Analisa Peran Konten Brand Social Responsibility 'Love Avoskin Love Earth' dalam Membentuk Brand Image Avoskin

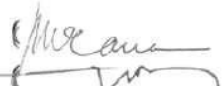
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

Pembahas 1 : Suharyanti, M.S.M.

Pembahas 2 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A.

()
()
()
08/26/2026

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan bagi penulis untuk menghadapi perjalanan penulis dari memulai masa perkuliahan hingga langkah terakhir penyusunan skripsi ini dengan judul ‘...’

Adanya skripsi ini menjadi monumen terakhir bagi perjalanan penulis di Universitas Bakrie sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sangat berharga yang membentuk penulis baik dari segi pengetahuan maupun segi kehidupan sebagai makhluk sosial. Perjalanan ini tidaklah mudah, tetapi berkat restu dari Allah SWT yang maha esa dan doa dari orang tua serta orang-orang terdekat, perjalanan ini menjadi lebih menyenangkan untuk dijalani. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam bagi orang-orang terkasih yang telah menemani perjalanan ini yaitu,

1. **Allah SWT**, atas berkahnya yang selalu menyertai penulis untuk menjalankan masa perkuliahan dengan penuh berkah, sehat, selamat, dan menjadikan perjalanan ini bermanfaat bagi penulis dan orang-orang disekitar penulis.
2. **Mama, Papa, Faiz**, terima kasih selalu mengizinkan penulis untuk mengutamakan pendidikan dan mengusahakan segala kebutuhan penulis untuk berkembang sejauh ini. Perjalanan perkuliahan tentunya akan terasa berat tanpa dukungan dan kasih sayang dari mama, papa, dan adikku tersayang. Terima kasih untuk selalu berdiri di belakang penulis, menjadi *safety net* untuk terus terbang tinggi menjemput mimpi-mimpi penulis sehingga dapat menjadi token kebanggaan tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk mama, papa, dan adik. Kata terima kasih seperti terlalu ringan untuk disampaikan pada kalian atas rasa syukur yang penulis rasakan.
3. **Dosen pembimbing**, Ibu Mirana Hanasthasia, terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan atas segala bimbingan dan kesabaran ibu tidak hanya selama penyusunan skripsi melainkan seluruh perjalanan skripsi di perkuliahan ini. Kesempatan yang ibu berikan merupakan pelajaran dan hadiah yang sangat berharga bagi penulis untuk melangkah kaki pada episode penulis selanjutnya.
4. **Dosen Penguji**, Ibu Suharyanti dan Ms. Alifia, yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan untuk melengkapi penelitian ini.
5. **Anak Pertama**, apabila keluarga menjadi sosok yang berada di belakang penulis memastikan untuk tidak jatuh, kalian lah yang menjadi aktor-aktor yang berjalan berdampingan dengan penulis di masa perkuliahan. Rachel, Aurel, Zikri, Ocha, Divo, terima kasih atas segala candaan yang telah

dilemparkan sebagai penguat selama 4 tahun terakhir. Kalian adalah berkah yang tidak akan ditukar oleh apapun oleh penulis.

6. **Warga Cilandak**, Najwa dan Rabbiah, sebagai sahabat terlama penulis, terima kasih telah konsisten menjadi figur yang selalu ada di setiap *chapter* dalam hidup penulis—terutama di tahun ini ketika penulis sangat membutuhkan pegangan untuk tetap melanjutkan tugas akhir ini, kalian selalu bersedia untuk penulis ganggu ketenangannya. Alhamdulillah tidak berhenti penulis ucapkan karena kita akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan ini di waktu yang bersamaan.
7. **Adinda**, sebagai *emotional support system* penulis. Terima kasih untuk selalu mengiyakan segala ajakan dadakan penulis di setiap kesempatan. Dukunganmu akan segala permasalahan penulis adalah *booster* yang membantu penulis untuk terus melangkah ke depan dengan kesalahan seminim mungkin. Dirimu lah panutan penulis ini dalam menjalani hidup.
8. **Kulkit**, Fadel, Firli, Halimah, Najwa, Nadiva—rekan-rekan penghiburku yang bertemu setahun sekali, terima kasih sudah bersedia untuk diajak *healing* dengan membucin laki-laki KPOP itu. Terima kasih sudah menyempatkan waktu untuk terus bermain dengan penulis.
9. **Kating-katingku** tercinta, Kak Vinzka, Kak Aqsan, Kak Almira yang selalu penulis repotkan dengan segala pertanyaan dadakannya, terima kasih telah menjawab 1001 pertanyaan penulis dan meyakinkan bahwa perjalanan ini tidaklah semenyeramkan itu. Sebagai anak pertama, kalian lah kakak pertama yang diandalkan oleh penulis.
10. **Pria Tebet** yang tidak bisa disebutkan namanya, terima kasih atas bantuan dan *company* selama menjalani kehidupan perkuliahan penulis. Mungkin memang kamu ditakdirkan untuk menemani penulis hanya di masa itu. Selanjutnya—apabila diizinkan—mari bertemu dengan versi terbaik dari diri masing-masing.
11. **Verin–Sipak**, sobat yang bertemu di awal perkuliahan terlepas berbeda kampus, terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk segala kisah suka maupun duka penulis selama ini.
12. **Warga PR 22**, Meena, Dela, Kayla, Jihan, Amanda, Bondan, Viyu, Mateos dan segenap teman-teman PR yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa sayang penulis, terima kasih telah menjadi partner untuk berkembang di masa perkuliahan ini.
13. **Sibchill**, Thaya, Aca, Caca, Wawa, Bitu yang berkumpul—sesuai dengan namanya—sejak masing-masing berusia 17 tahun, kini telah menginjak bagian ke 20an dalam hidup, tanpa disangka menjadi teman jangka panjang.
14. **Teman-Teman Maudy**, Sejin, hepimil–Yasa, Marcel, Radiv, Jenna, Liora, dan Sean, Kak Sasa, Biru, the Abangs ava neon, terima kasih telah menjadi teman penulis setiap malam di ujung nyawa menyelesaikan bab 4-5 ini.

15. The Boyz, EXO, CORTIS, serta pria KPOP/Aktor lainnya, terima kasih telah menjadi penghibur dalam perjalanan perkuliahan penulis.

**SURAT PERNYATAAN PENULIS PERSETUJUAN ARTIKEL UNTUK
DIARSIPKAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vania Callysta Putri R.

NIM : 1221003038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi:

**Analisa Peran Konten Brand Social Responsibility Love Avoskin Love
Earth dalam Membentuk Brand Image Avoskin**

Judul Artikel:

**ANALISA PERAN KONTEN BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY AVOSKIN PADA
BRAND IMAGE**

Menyatakan bahwa:

1. Artikel tersebut sudah diperiksa dengan seksama oleh pembimbing/penulis dan telah disetujui untuk dikumpulkan oleh Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi.
2. Artikel merupakan hasil karya penulis dan bukan merupakan plagiat dari artikel orang lain baik sebagian maupun keseluruhan.
3. Apabila kemudian hari, penulis (mahasiswa atau pembimbing) ingin mempublikasikan di jurnal atau media lainnya di luar media publikasi Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi, maka penulis bisa melakukan konfirmasi via e-mail kepada Ketua Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi dan diteruskan kepada annisa.lestari@bakrie.ac.id.

Jakarta, 3 September 2026
Penulis

Vania Callysta
1221003038

Analisa Peran Konten Brand Social Responsibility Love Avoskin Love Earth dalam Membentuk Brand Image Avoskin

Vania Callysta P. R.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten *Brand Social Responsibility* (BSR) *Love Avoskin Love Earth* dalam membentuk *brand image* Avoskin. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui analisis konten Instagram Avoskin, wawancara dengan lima konsumen, dan wawancara triangulator. Analisis penelitian menggunakan delapan indikator BSR, enam indikator strategi komunikasi CSR, dan tiga dimensi *brand image*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BSR Avoskin terlihat melalui kepedulian terhadap lingkungan, keberlanjutan program, pelibatan masyarakat dan komunitas, serta penyampaian pesan yang relevan dengan audiens. Komunikasi program yang dilakukan secara informatif, konsisten, dan berkelanjutan turut memperkuat asosiasi Avoskin sebagai *brand* yang peduli terhadap lingkungan dan menerapkan konsep *green beauty*. Program tersebut juga membentuk kesan positif serta menjadi pembeda Avoskin dibandingkan *brand* kecantikan lainnya. Dengan demikian, konten BSR *Love Avoskin Love Earth* berperan dalam membentuk *brand image* Avoskin melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dikomunikasikan secara konsisten dengan identitas *brand*.

Kata kunci: *Brand Social Responsibility*, *brand image*, *strategi komunikasi CSR*, *Avoskin*, *Love Avoskin Love Earth*.

Analisa Peran Konten Brand Social Responsibility Love Avoskin Love Earth dalam Membentuk Brand Image Avoskin

Vania Callysta P. R.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of *Brand Social Responsibility* (BSR) content in the *Love Avoskin Love Earth* campaign in shaping Avoskin's *brand image*. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were obtained through content analysis of Avoskin's Instagram, interviews with five consumers, and an interview with a triangulator. The analysis employed eight BSR indicators, six CSR communication strategy indicators, and three *brand image* dimensions. The findings show that Avoskin's BSR is reflected through environmental concern, program sustainability, community involvement, and messages that are relevant to its audience. Informative, consistent, and continuous communication also strengthens the association of Avoskin as a brand that cares about the environment and promotes the concept of *green beauty*. The program further creates positive perceptions and distinguishes Avoskin from other beauty brands. Therefore, *Love Avoskin Love Earth* BSR content plays a role in shaping Avoskin's *brand image* through socially responsible practices communicated consistently with the brand's identity.

Keywords: *Brand Social Responsibility, brand image, CSR communication strategy, Avoskin, Love Avoskin Love Earth.*

DAFTAR ISI

<i>PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	2
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	3
<i>KATA PENGANTAR</i>	4
<i>SURAT PERNYATAAN PENULIS PERSETUJUAN ARTIKEL UNTUK DIARSIPKAN</i>	7
<i>ABSTRAK</i>	8
<i>ABSTRACT</i>	9
<i>DAFTAR ISI</i>	10
<i>Daftar Gambar</i>	12
<i>Daftar Tabel</i>	13
<i>BAB I</i>	14
<i>Pendahuluan</i>	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis	22
<i>BAB II</i>	23
<i>Tinjauan Pustaka</i>	23
2.1 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran	23
2.1.1 Public Relations	23
2.1.2 Brand Social Responsibility	25
2.1.2 Strategi Komunikasi CSR	26
2.1.3 Konten	28
2.1.4 Instagram	29
2.1.5 Brand image	30
2.2 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Penelitian Terdahulu	32
2.3 Model Kerangka Pemikiran	41
<i>BAB III</i>	43

<i>METODE PENELITIAN</i>	43
3.1 Desain dan Pendekatan	43
3.2 Objek dan Subjek	44
3.2.1 Objek Penelitian	44
3.2.2 Subjek Penelitian.....	44
3.3 Pengumpulan Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Analisis Data.....	46
3.5 Triangulasi Data	47
3.6 Operasionalisasi Konsep	47
<i>BAB IV</i>	57
<i>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</i>	57
4.1 Gambaran Objek Penelitian	57
4.1.1 Profil Avoskin	57
4.1.2 Profil Narasumber	61
4.1.3 Profil Triangulator.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Brand Social Responsibility.....	65
4.2.2 Strategi komunikasi CSR	87
4.2.3 Brand Image	99
<i>BAB V</i>	114
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	114
5.1 Simpulan.....	114
Kendala dan keterbatasan	116
5.3 Saran dan Implikasi.....	116
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya	117
5.3.2 Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek.....	117
<i>Daftar Pustaka</i>	118

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Branding The Body Shop dari Green Maekrting.....	16
Gambar 1. 2 Sociolla dengan Upaya Recycle Station.....	18
Gambar 1. 3 Kampanye World Clean Up Day di Bundaran HI 2023	19
Gambar 1. 4 Kampanye Digital Love Avoskin Love Earth oleh Avoskin.....	20
Gambar 4. 1 Logo Avoskin	57
Gambar 4. 2 Timeline Perjalanan Avoskin dari Waktu ke Waktu	58
Gambar 4. 3 Profile Instagram Avoskin.....	58
Gambar 4. 4 Foto Profil Fadel Yanuar Vegara.....	61
Gambar 4. 5 Foto Profil Najwa Aqiylah Putri A.....	62
Gambar 4. 6 Foto Profil Adinda Salwa As Syifa	62
Gambar 4. 7 Foto Profil Syifa Nur Izzati	63
Gambar 4. 8 Foto Profil Mishkah Maheera.....	64
Gambar 4. 9 Foto Profil Gufroni Sakaril.....	64
Gambar 4. 10 Konten Hari Orangutan Sedunia dan Reminder Kemanusiaan.....	67
Gambar 4. 11 Komentar Followers Instagram Avoskin yang Merasa Relevan dengan Konten Avoskin	67
Gambar 4. 12 Konten Instagram Avoskin.....	70
Gambar 4. 13 Konten Avoskin.....	72
Gambar 4. 14 Pernyataan Kerjasama dengan Pihak Eksternal.....	74
Gambar 4. 15 Konten Avoskin.....	75
Gambar 4. 16 Konten Avoskin.....	75
Gambar 4. 17 Konten Avoskin.....	78
Gambar 4. 18 Konten Avoskin.....	81
Gambar 4. 19 Konten Kolaborasi Avoskin dengan Nomaden Club.....	83
Gambar 4. 20 Konten Avoskin.....	85
Gambar 4. 21 Konten Avoskin.....	87
Gambar 4. 22 Konten Avoskin.....	89
Gambar 4. 23 Konten Avoskin.....	92
Gambar 4. 24 Konten Avoskin.....	94
Gambar 4. 25 Konten Avoskin.....	96
Gambar 4. 26 Konten Avoskin.....	98

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Perkembangan Perusahaan Kosmetik Lokal 2022-2023	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	42
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	47
Tabel 4. 1 Observasi Konten BSR pada Instagram @AvoskinBeauty	59