

KONTEN VISUAL INSTAGRAM @bpom_ri SEBAGAI MEDIA EDUKASI KEAMANAN KOSMETIK



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Nabila Sahnu Nadiya Tsuraya
40011222066009

D3 HUBUNGAN MASYARAKAT K.BATANG
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025

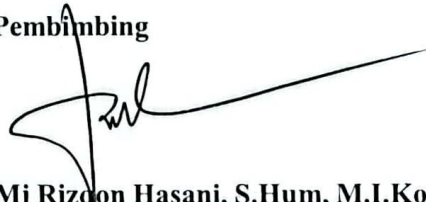
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Nabila Sahnu Nadiya Tsuraya
NIM : 40011222066009
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
Judul : **KONTEN VISUAL INSTAGRAM @bpom_ri SEBAGAI
MEDIA EDUKASI KEAMANAN KOSMETIK**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh:

Tanggal: Semarang, 18 Maret 2025 Pembimbing



Mi Rizdon Hasani, S.Hum, M.I.Kom
NPPU.H.7. 199112102021081001

Tanggal: Semarang, 18 Maret 2025 Penguji



Rukti Rumekar, S.Hum, M.I.Kom
NPPU.H.7.199412012021082001

Disahkan oleh:

Tanggal: Semarang, 18 Maret 2025 Ketua Program Studi
D3 Hubungan Masyarakat
K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si
NIP. 196510171993111001

MOTTO

“Susungguhnya bersama Kesulitan ada Kemudahan”

(QS. Al Insyirah (94) : 5)

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Dan jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal adalah yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan pertama dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah kedua”

-Buya Hamka-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kekuatan dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “KONTEN VISUAL INSTAGRAM @bpom_ri SEBAGAI MEDIA EDUKASI KEAMANAN KOSMETIK”. Tugas Akhir ini merupakan syarat wajib bagi setiap mahasiswa agar dapat menyelesaikan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang maha Pengasih lagi Penyayang, berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar. Allah SWT senantiasa memberi petunjuk, kekuatan, dan inspirasi kepada penulis dalam menghadapi tantangan di setiap langkah penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
2. Kedua Orangtua penulis, Ahmad Zarkoni dan Diana Mariana, A.md. Kep., yang senantiasa memberikan dukungan serta doa yang tulus dalam setiap perjalanan hidup penulis, terutama dalam menjani perkuliahan hingga tuntas sampai akhir. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat, motivasi dan kepercayaan yang terlimpahkan selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk

terus berjuang menyelesaikan pendidikan, dan semoga apa yang telah penulis capai dapat menjadi kebanggaan bagi mereka.

3. Bapak Dr. Adi Nugroho, M.Si., selaku Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat yang telah memberikan dukungan, fasilitas dan semangat kepada mahasiswanya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Mas Mj Rizqon Hasani, S.Hum, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan dan motivasi untuk kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir. Penulis sangat menghargai waktu dan pengetahuan yang telah beliau berikan untuk membimbing penulis.
5. Seluruh Dosen D3 Hubungan Masyarakat PSDKU, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi yang berharga selama perkuliahan. Dukungan dan dedikasi dari seluruh dosen dalam mengajar telah menjadi motivasi tersendiri bagi penulis untuk terus belajar dan berkembang.
6. Pemilik NIM 40011222066037 selaku *suport system* terdekat yang kebersamaian penulis selama penulisan Tugas Akhir. Terimakasih telah berbagi ilmu, cerita, lelucon, dan canda tawa bersama hingga akhir. Semoga dimasa depan dapat bersama-sama meraih cita-cita dan kebahagiaan.
7. Yohana, Rakha, Adi, Isrok, Farid, Raisha, Abel dan teman-teman D3 Hubungan Masyarakat yang mewarnai perjalanan perkuliahan penulis dari awal hingga akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat dan dukungan kepada penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir.

8. Terakhir, saya persembahkan Tugas Akhir ini untuk diri saya sendiri, Nabila Sahnu Nadiya Tsuraya yang telah berani mengambil banyak risiko demi menyelesaikan Tugas Akhir ini dan selalu bertahan dan melangkah maju melalui hambatan dalam penulisan. Terimakasih telah bertanggungjawab menyelesaikan apa yang telah dimulai, ikhlas dalam memperbaiki kesalahan, dan terus mencari dan belajar banyak hal. Semoga segala hal besar dan kecil yang diimpikan dapat terwujud, *Yo did it well, so Proud of me, Thankyou.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Konten Visual Instagram @bpom_ri Sebagai Media Edukasi Keamanan Kosmetik”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro Semarang.

Penelitian ini berkaitan dengan Perancangan konten kreatif oleh BPOM yang terdiri dari 4 BAB. BAB 1 terdiri dari dekripsi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian yang meliputi tipe penelitian, subyek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Pada BAB 2, penelitian berisi tentang *state of the art* (penelitian terdahulu), profil Instansi BPOM RI, kerangka teori dan operasionalisasi konsep. Pada BAB 3 membahas temuan penelitian dan hasil analisis. Terakhir BAB 4 berisikan tentang simpulan, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi penelitian.

Dengan demikian, pembaca dapat mengetahui bagaimana BPOM merancang konten kreatif sebagai media edukasi terkait keamanan kosmetik yang efektif. Tugas Akhir ini akan menjadi acuan dari sebuah penelitian yang menghasilkan suatu kegiatan kehumasan dalam merancang komunikasi yang sesuai melalui sebuah konten kreatif.

ABSTRAK

Konten keamanan kosmetik yang diunggah di Instagram @bpom_ri mengandung sejumlah makna yang berkaitan dengan pengemasan pesan yang dilakukan dalam menyusun konten. Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsikan pengemasan konten kreatif mengenai keamanan kosmetik yang diterapkan dalam konten Instagram @bpom_ri sebagai media edukasi masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis konten dari Krippendorff (2004). Penelitian ini menggunakan teori *Message Desain Logic* dengan dua yaitu, konsep konten visual yang dikemukakan oleh Elisabeth (2020), dan konsep komunikasi edukasi oleh Potter & Perry (2009).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam jenis kategori penyampaian edukasi kosmetik yang konsisten dilakukan BPOM sejak awal membentuk akun Instagram dengan penyampaian pesan yang berbeda-beda. Seluruh kategori konten tersebut disusun dengan konsep konten visual oleh Elisabeth (2020) dan *teori Message Desain Logic* untuk menentukan tujuan pesan. Seluruh konten sudah memenuhi seluruh aspek komunikasi edukasi yang oleh Potter & Perry (2009) meskipun frekuensinya tidak merata, sehingga dapat dikatakan efektif sebagai media edukasi. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian analisis konten visual Instagram @bpom_ri dengan melibatkan fitur-fitur instagram lainnya serta menggunakan metode yang berbeda.

Kata Kunci: Analisis Konten Visual, Keamanan Kosmetik, Instagram, BPOM RI

ABSTRACT

The cosmetic safety content uploaded on the Instagram account @bpom_ri contains various meanings related to message packaging in content creation. This study aims to describe the packaging of creative content on cosmetic safety implemented in @bpom_ri's Instagram content as a public educational medium.

The research employs a qualitative method with a content analysis approach based on Krippendorff (2004). It utilizes the Message Design Logic theory, along with two supporting concepts: the visual content concept proposed by Elisabeth (2020) and the educational communication concept by Potter & Perry (2009).

The findings indicate that BPOM has consistently applied six categories of cosmetic education content since the establishment of its Instagram account, with varying message delivery strategies. All content is structured based on the visual content concept by Elisabeth (2020) and the Message Design Logic theory to determine the purpose of the message. Furthermore, the content fulfills all aspects of educational communication by Potter & Perry (2009), although with an uneven frequency, making it generally effective as an educational medium. Future research may analyze the visual content of @bpom_ri's Instagram by incorporating other Instagram features and employing different methodologies.

Keywords: *Visual Content Analysis, Cosmetic Safety, Instagram, BPOM RI*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat sosial	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
1.6 Metode Penelitian	12
1.6.1 Tipe Penelitian.....	13
1.6.2 Jenis dan Sumber Data	15
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	15
1.6.4 Teknik Analisis Data	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTANSI.....	18
2.1 <i>State of The Art</i>	18
2.2 Kerangka Teoretis dan Konsep.....	21
2.2.1 <i>Message Design Logic</i>	21
2.2.2 Pesan.....	23
2.2.3 Kampanye Digital	24
2.2.4 Analisis Konten	25

2.2.5 Konten Visual.....	26
2.2.6 Edukasi	28
2.2.7 Instagram	29
2.3 Operasionalisasi Konsep.....	30
2.4 Profil Instansi BPOM RI	32
2.4.1 Sejarah BPOM.....	32
2.4.2 Visi	33
2.4.3 Misi.....	33
2.4.4 Struktur Organisasi BPOM	34
BAB III PEMBAHASAN	35
3.1 Analisis Data Konten Instagram	36
3.1.1 Konten Seputar Kosmetik	36
3.1.2 Konten Temuan Produk	39
3.1.3. Konten Layanan Notifikasi Kosmetik.....	42
3.1.4 Konten CEKLIK dan Laporan	46
3.1.5 Konten Penjelasan BPOM.....	49
3.1.6 Konten POMQuiz Keamanan Kosmetik	52
3.2 Analisis Konten Keamanan Kosmetik sebagai Media Edukasi.....	54
BAB 4 PENUTUP.....	59
4.1 Simpulan	59
4.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
4.3 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Konten Keamanan Kosmetik.....	3
Gambar 1. 2 Tampilan Instagram @bpom_ri	7
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi BPOM	34
Gambar 3. 1 Gambar pada Konten Seputar Kosmetik.....	36
Gambar 3. 2 Penggunaan Bahasa pada Konten Seputar Kosmetik.....	37
Gambar 3. 3 Pola Penyampaian Pesan pada Konten Seputar Kosmetik.....	38
Gambar 3. 4 Gambar dalam Konten Temuan Kosmetik.....	39
Gambar 3. 5 Penggunaan Bahasa pada Konten Temuan Produk.....	40
Gambar 3. 6 Informasi Tambahan pada Konten Temuan Produk Bermerkuri	41
Gambar 3. 7 Konten Layanan Notifikasi Kosmetik.....	43
Gambar 3. 8 Penggunaan Bahasa Konten Layanan Notifikasi Kosmetik.....	44
Gambar 3. 9 Rangkaian Informasi pada Konten Layanan Notifikasi Kosmetik...	45
Gambar 3. 10 Penyajian gambar pada Konten CEKLIK dan Laporan.....	46
Gambar 3. 11 Penggunaan Bahasa pada konten CEKLIK dan Laporan	47
Gambar 3. 12 Informasi pada Konten CEKLIK dan Laporan	48
Gambar 3. 13 Konten Penjelasan BPOM.....	50
Gambar 3. 14 POMQUIZ Keamanan Kosmetik	52