

Branding Produk Papua Red Fruit Plumping Cream Terhadap Brand Image From This Island Pada Platform Instagram



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program DIII Hubungan Masyarakat K. Batang
pada Program Studi Di luar Kampus Utama (PSDKU)
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Milla Rahma Chaerani
NIM. 40011221060036

DIII HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG
PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Milla Rahma Chaerani
NIM : 40011221060036
Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat K. Batang
Judul : **Branding Produk Papua Red Fruit Plumping Cream Terhadap Brand Image From This Island Pada Platform Instagram**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program DIII Hubungan Masyarakat K. Batang pada Program Studi Di luar kampus Utama (PSDKU) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh:

Tanggal: 26 Juni 2025

Pembimbing



Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. H.7.198710212021081001

Tanggal: 26 Juni 2025

Penguji



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

Disahkan oleh :

Tanggal: 26 Juni 2025

Ketua Program Studi
D3 Hubungan Masyarakat K. Batang



Adi Nugroho, M. Si.
NIP.196510171993111001

HALAMAN PERSEMBAHAN

“And put your trust in Allah, for Allah is sufficient as a Trustee of Affairs”

[Qur'an 33:3]

Ucapan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “BRANDING PRODUK PAPUA RED FRUIT PLUMPING CREAM TERHADAP BRAND IMAGE FROM THIS ISLAND PADA PLATFORM INSTAGRAM”.

Keberhasilan dalam penulisan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai yaitu bapak Nasihin dan ibu Ella Nurlaela Yusuf, penulis persembahkan keberhasilan mencapai gelar ini untuk kedua orang tua penulis.
3. Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat PSDKU Batang Dr. Adi Nugroho, M.Si.
4. Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing dan dosen wali penulis yang selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan staff jajaran PSDKU K. Batang
6. M. Hykal Hafiz, Mirna Jullyone & Mochi Anabul Family sebagai yang penulis sayangi
7. Galuh Chandra Kirana, Amelia Chairunnisa & Najwa Salma merupakan sahabat penulis yang selalu menemani penulis selama 9 tahun lamanya.
8. Tria Gustini & Alya Difa Laudza merupakan sahabat seperjuangan semasa di perkuliahan yang selalu memberikan kehangatan dan rasa support.
9. Terakhir kepada kawan seperjuangan, Vinadia dan Devia yang selalu memberikan semangat dan berbagi rasa lelah menuju hari akhir perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Branding Produk Papua Red Fruit Plumping Cream Terhadap Brand Image From This Island Pada Platform Instagram”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.

Pada penelitian ini, terdapat empat bab, Bab I berisikan deskripsi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian yang meliputi tipe penelitian, objek penelitian, analisis data. Bab II memuat data penelitian terdahulu *State of The Art*, definisi konseptual, operasionalisasi konsep, dan *ingredients* produk *skincare From This Island*. Bab III berisi deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil. Terakhir, pada bab IV terdiri dari simpulan, keterbatasan dan juga rekomendasi.

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap para pembaca dapat mengetahui bagaimana hasil kekayaan alam Indonesia dapat diolah menjadi bahan baku pembuatan perawatan kulit dan memiliki manfaat yang sangat bagus. Tugas Akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya

Semarang, Juni 2025

Penulis

ABSTRAK

Brand image pada sebuah merek menjadi wajah bagi merek tersebut dan berkaitan erat dengan persepsi yang akan dihadirkan oleh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi brand *From This Island* dalam membentuk *brand image* produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* melalui platform Instagram. Brand ini mengangkat nilai keaslian bahan alami Indonesia, khususnya buah merah Papua, dalam upayanya membangun citra positif di benak konsumen. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi *Goals-Plans-Actions* (GPA) dari James Price Dillard untuk mengkaji bagaimana pesan disusun dan disampaikan berdasarkan tujuan, strategi, dan tindakan komunikatif. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi online non-partisipatif terhadap konten dan kolom komentar pada akun Instagram resmi *From This Island* pada postingan kampanye ***“Re-new with Lumera™ for Your Pillow Skin”***. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *brand* dilakukan secara terencana dan selaras dengan struktur teori *Goals-Plans-Actions* (GPA). *Brand* memiliki tujuan membangun citra sebagai produk alami dan etis (*goals*), menyusun strategi melalui narasi keberlanjutan dan visual lokal (*plans*), serta mengeksekusi pesan lewat konten visual, edukatif, dan interaktif (*actions*). Temuan juga memperlihatkan bahwa audiens memberikan tanggapan yang dominan positif di kolom komentar, yang mencerminkan persepsi *brand image* yang kuat, alami, dan otentik.

Kata Kunci : *Brand image*, *brand*, strategi komunikasi, *Goals-Plans-Actions*, tujuan komunikasi, Instagram, *From This Island*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.5.1 Tipe Penelitian.....	8
1.5.2 Situs Penelitian	9
1.5.3 Sumber dan Jenis Data	9
1.5.4 Teknik Pengumpulan Data	9
1.5.5 Teknik Analisis Data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN MANFAAT BAHAN BAKU.....	11
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	11
2.2.1 State of The Art	11
2.1.2 Tradisi Studi Kasus.....	14

2.1.3 Goals, Plans, Actions Model	15
2.2 Definisi Konseptual.....	17
2.2.1 <i>Brand Image</i>	17
2.2.2 Instagram	20
2.3 Operasionalisasi Konsep.....	21
2.4 Ingredients Skincare From This Island	24
BAB III AKTIVITAS KAMPANYE PRODUK <i>PAPUA RED FRUIT</i> <i>PLUMPING CREAM</i> YANG DILAKUKAN <i>FROM THIS ISLAND</i> PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	
3.1 Kampanye Produk <i>Papua Red Fruit Plumping Cream</i> Pada Instagram	31
BAB IV PENUTUP	
4.1 Simpulan.....	41
4.2 Keterbatasan Penelitian	43
4.3 Rekomendasi	43
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel State of Art.....	11

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kampanye Instagram <i>From This Island</i>	23
Gambar 2.2 Kampanye Papua <i>Red Fruit Plumping Cream</i>	24
Gambar 3.1 PR Package Kampanye Papua Red Fruit Plumping Cream 2.0	33
Gambar 3. 2 Postingan Pra-rilis Kampanye Papua Red Fruit Plumping Cream...	36
Gambar 3.3 Postingan Kampanye “Re-new with Lumera™ for Your Pillow Skin”	37
Gambar 3.4 <i>Storybook</i> Perjalanan Dibalik Papua <i>Red Fruit Plumping Cream</i>	38
Gambar 3.5 Respon Positif Para Pengikut <i>From This Island</i>	39