



**PENGARUH KAMPANYE *LOVE MYSELF* TERHADAP PENINGKATAN
KEPERCAYAAN DIRI ARMY BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Dinda Maryam

41182037190122

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI**

2024/1445 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 05 November 2023



Dinda Fadryam
41182037190122

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kampanye *Love Myself* Terhadap Peningkatan Kepercayaan Diri ARMY Bekasi

Nama : Dinda Maryam

NPM : 41182037190122

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

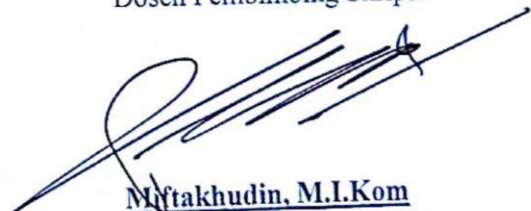
Bekasi, 26 Desember 2023

Mengetahui,
Ketua Program Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum., M.Si
NRP 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui
Dosen Pembimbing Skripsi



Miftakhudin, M.I.Kom
NRP 45.5.02.01.2018.088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Kampanye *Love Myself* Terhadap Peningkatan Kepercayaan Diri ARMY Bekasi”

Hari : Kamis

Tanggal : 4 Januari 2024

Waktu : 15.00 – 16.00

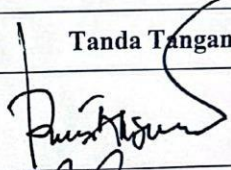
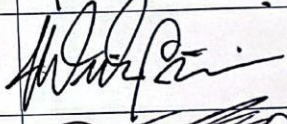
Oleh

Nama : Dinda Maryam

NPM : 41182037190122

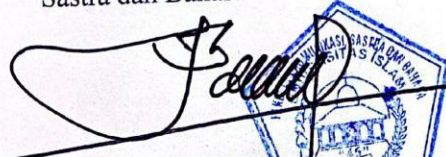
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom	
Penguji 1	Winda Primasari. S.Hum., M.Si	
Penguji 2	Miftakhudin, M. I. Kom	

Bekasi, 18 Januari 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi
Sastra dan Bahasa


Dr. Nuryadi, M.Hum
NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi


Winda Primasari. S.Hum., M.Si
NRP 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan
Bahasa 2023

Dinda Maryam / 41182037190122

“Pengaruh Kampanye *Love Myself* Terhadap Peningkatan Kepercayaan Diri
ARMY Bekasi”

Di bawah bimbingan Bapak Miftakhudin, M.I.Kom.

Percaya diri merupakan salah satu faktor yang berasal dari dalam diri individu yang sangat penting, karena kepercayaan diri diperlukan untuk mencapai tujuan hidup. Namun, ada kalanya seseorang merasa begitu percaya diri dan ada kalanya pula seseorang merasa tidak percaya diri. Rasa percaya diri yang rendah berpotensi membahayakan kesehatan mental. Gangguan mental yang paling umum ialah gangguan cemas, tingkah laku, *attention-deficit/hyperactivity*, dan depresi. Salah satu gerakan untuk menangani rendahnya rasa percaya diri ialah dilakukannya kampanye *love myself*, sebuah kampanye sosial yang dibuat oleh *Bangtan Sonyeondan* atau dikenal dengan BTS. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kampanye *love myself* terhadap peningkatan kepercayaan diri ARMY Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data 90 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kampanye *love myself* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri ARMY Bekasi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.604 dan nilai koefisien determinasi sebesar 56,6%. Artinya secara persentase kampanye *love myself* berpengaruh sebesar 56,6% terhadap peningkatan kepercayaan diri ARMY Bekasi.

Kata Kunci: Percaya Diri, Kampanye *Love Myself*, ARMY, BTS

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi Study of
Communication Science Faculty of
Communication, Literature and
Language 2023

Dinda Maryam / 41182037190122

“The Effect of the Love Myself Campaign on Increasing Bekasi ARMY Self-Confidence”

Under the guidance of Mr. Miftakhudin, M.I.Kom

Self-confidence is one of the factors that comes from within the individual that is very important, because self-confidence is needed to achieve life goals. However, there are times when a person feels so confident and there are also times when a person feels insecure. Low self-confidence can potentially jeopardize mental health. The most common mental disorders are anxiety, behavioral, attention-deficit/hyperactivity, and depression. One of the movements to deal with low self-confidence is the love myself campaign, a social campaign created by Bangtan Sonyeondan or known as BTS. The purpose of this study is to determine the effect of the love myself campaign on increasing Bekasi ARMY's self-confidence. This research uses an explanatory quantitative method with descriptive analysis with a data collection technique of 90 respondents. The results of this study indicate that the love myself campaign has a significant effect on increasing Bekasi ARMY's self-confidence with a regression coefficient value of 0.604 and a coefficient of determination value of 56.6%. This means that in percentage terms the love myself campaign has an effect of 56,6% on increasing Bekasi ARMY's self-confidence.

Keywords: *Self-confident, Love Myself Campaign, ARMY, BTS*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul **Pengaruh Kampanye *Love Myself* Terhadap Peningkatan Kepercayaan Diri ARMY Bekasi**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Namun berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari semua pihak penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, M.Hum selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Kedua orang tua, Ayahanda Musmulyadi dan Ibunda Rosna serta Diana Murni selaku kakak atas segala doa dan dukungan moril maupun materil serta motivasi yang tiada henti diberikan kepada penulis.
4. Pak Miftakhudin, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing skripsi, terima kasih karena telah sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Dinda Maryam selaku diri saya sendiri, saya ingin mengucapkan terima kasih karena dengan kuatnya telah bersedia untuk selalu bersabar, berusaha, bertahan, serta berjuang hingga akhirnya bisa sampai ditahap menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman penulis yaitu Azzahra Artamevia, Asyifa Isnaeni, Ayu Sandita, Tiara Chairunnisa, Hana, Herni, Febri yang telah mendukung dan saling menyemangati dalam penyusunan skripsi.
7. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin,

Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang saat ini sampai 18 bulan kedepan sedang melaksanakan wajib militer. Mereka semua telah memberikan inspirasi, semangat serta motivasi dan juga menemani penulis selama menyusun skripsi ini lewat musiknya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Tak lupa penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca atau pihak lain guna menjadi evaluasi bagi penulis di masa mendatang.

Bekasi, 13 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dinda Maryam' with a stylized flourish at the end.

Dinda Maryam

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Penelitian Linda Setiawati dan Isah Bela Mulyawati berjudul Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pendidikan Indonesia Mengenai Pencegahan Covid-19 (2020).....	7
2.1.2 Penelitian Yesi Herawati dan Kharisma Nasionalita berjudul Pengaruh Kampanye Kesehatan Mental Unicef Terhadap Perubahan Perilaku Remaja (Survei Pada Subscriber Remaja Channel Bangtamtv Di Masa Pandemi Covid-19) (2022)	7
2.1.3 Penelitian Ambar Wulan Tristianingrum berjudul Efektivitas Kampanye Love Myself Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Komunitas A.R.M.Y di Medan (2019).....	8
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	9

2.3	Landasan Teori	10
2.3.1	Komunikasi	10
2.3.2	New Media.....	12
2.3.3	Media Sosial	13
2.3.4	Kampanye Sosial	16
2.3.5	Kunci Kampanye Sosial.....	16
2.3.6	Kampanye Love Myself.....	19
2.3.7	Percaya Diri.....	19
2.4	Kerangka Pemikiran	23
2.5	Hipotesis	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1	Metode Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Data Primer	28
3.3.2	Data Sekunder.....	29
3.4	Definisi Operasional Variabel	29
3.5	Operasional Variabel Penelitian	36
3.5.1	Variabel Bebas (Pengaruh Kampanye Love Myself) (X)	36
3.5.2	Variabel Terikat (Terhadap Peningkatan Kepercayaan Diri ARMY Bekasi) (Y).....	36
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.7.1	Analisis Regresi Linier	41
3.7.2	Uji Hipotesis	42
3.7.3	Koefisien Determinasi.....	42
3.7.4	Uji Signifikansi (Uji t)	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Kampanye Love Myself.....	45

4.1.2	ARMY	48
4.2	Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden Penelitian	51
4.2.2	Kampanye Love Myself.....	54
4.2.3	Peningkatan Kepercayaan Diri.....	70
4.3	Pengujian Koefisien Determinasi	86
4.4	Pengujian Signifikansi (Uji t).....	87
4.5	Pengujian Regresi Linier Sederhana.....	88
4.6	Uji Hipotesis	90
4.7	Pembahasan	90
BAB V	PENUTUP	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Karakteristik Media Sosial.....	14
Tabel 3.1 Skor Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3.4 Interval Koefisien.....	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4.3 Hasil Uji Signifikansi (Uji t).....	87
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Peluncuran Kampanye <i>Love Myself</i>	45
Gambar 4.2 Pidato Kim Namjoon	46
Gambar 4.3 Logo ARMY	48
Gambar 4.4 Logo ARMY Bekasi	49

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Grafik 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	53
Grafik 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Grafik 4.4 Persentase BTS Sumber Yang Dapat Dipercaya	55
Grafik 4.5 Persentase BTS Sumber Yang Tulus, Jujur, Bijak, Adil	56
Grafik 4.6 Persentase BTS Memiliki Integritas dan Tanggung Jawab	57
Grafik 4.7 Persentase Pengalaman Hidup BTS Mampu Memperkuat Pesan .	58
Grafik 4.8 Persentase BTS memiliki daya tarik visual dan psikologis	59
Grafik 4.9 Persentase pesan kampanye mudah untuk dipahami	60
Grafik 4.10 Persentase Pesan Kampanye Didukung Gambar Menarik	61
Grafik 4.11 Persentase Pesan Kampanye Mampu Memotivasi	62
Grafik 4.12 Persentase Pesan Kampanye Yang Mengedukasi.....	63
Grafik 4.13 Persentase Pesan Kampanye Menciptakan Dampak Positif.....	64
Grafik 4.14 Persentase Adanya Pesan Yang Menggunakan Simbol Hati.....	65
Grafik 4.15 Persentase Mengetahui Kampanye Melalui Instagram.....	66
Grafik 4.16 Persentase Adanya Penggunaan Foto Pada Desain Kampanye ...	67
Grafik 4.17 Persentase Pesan Dalam Bentuk Video	68
Grafik 4.18 Persentase <i>Followers</i> Merupakan ARMY Bekasi.....	69
Grafik 4.19 Persentase Mengikuti Akun Instagram.....	70
Grafik 4.20 Persentase Saya Mengetahui Kapasitas Kemampuan Diri	71
Grafik 4.21 Persentase Saya Selalu Bersikap Positif.....	72
Grafik 4.22 Persentase Mampu Menghadapi Tantangan	72
Grafik 4.23 Persentase Mampu Mencapai Tujuan.....	73
Grafik 4.24 Persentase Muncul Rasa Optimis	74
Grafik 4.25 Persentase Tidak Mudah Putus Asa	75
Grafik 4.26 Persentase Mampu Menyelesaikan Masalah	76

Grafik 4.27 Persentase yakin bahwa adanya kehidupan yang lebih baik	77
Grafik 4.28 Persentase Selalu Berpikir Objektif.....	78
Grafik 4.29 Persentase Mampu Membedakan Fakta dan Opini	78
Grafik 4.30 Persentase Saya Lebih Bijaksana dalam Membuat Keputusan	79
Grafik 4.31 Persentase Siap Bertanggung Jawab.....	80
Grafik 4.32 Persentase Memiliki Kesadaran Dalam Mengelola Waktu	81
Grafik 4.33 Persentase Selalu Konsisten Dalam Melakukan Tindakan.....	82
Grafik 4.34 Persentase Mempertimbangkan Segala Dampak.....	83
Grafik 4.35 Persentase Tindakan Yang Dilakukan Bermanfaat	84
Grafik 4.36 Persentase Mampu Menerima Kenyataan	85
Grafik 4.37 Persentase Memiliki Pemahaman Yang Realistis.....	86