



**ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM  
@ZEROWASTE.ID\_OFFICIAL MENGENAI KONTEN KAMPANYE  
GAYA HIDUP MINIM SAMPAH**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

Diajukan sebagai memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Nadya Mulya Affiva**

**44218010051**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadya Mulya Affiva  
NIM : 44218010051  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @zerowaste.id\_official Mengenai Konten Kampanye Gaya Hidup Minim Sampah** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Agustus 2022  
Yang membuat pernyataan,

(Nadya Mulya Affiva)

Mengetahui,

Pembimbing

(Sofia Aunul, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Nadya Mulya Affiva  
NIM : 44218010051  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Analisis Resepsi Followers Akun Instagram  
@zerowaste.id\_official Mengenai Konten Kampanye Gaya  
Hidup Minim Sampah

Jakarta, 26 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Sofia Aunul, M.Si)




Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Nadya Mulya Affiva  
NIM : 44218010051  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Analisis Resepsi Followers Akun Instagram  
@zerowaste.id\_official Mengenai Konten Kampanye  
Gaya Hidup Minim Sampah

Jakarta, 26 Agustus 2022

Ketua sidang : ( Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom ) (  )

Penguji Ahli : ( Dr. Irmulansati. Tomohardjo, SH., M.Si ) (  )

Pembimbing : ( Sofia Aunul, M.Si ) (  )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Nama : Nadya Mulya Affiva  
NIM : 44218010051  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Analisis Resepsi Followers Akun Instagram  
@zerowaste.id\_official Mengenai Konten Kampanye  
Gaya Hidup Minim Sampah

Jakarta, 26 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Sofia Aunul, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Nama : Nadya Mulya Affiva  
Nim : 44218010051

Judul ; Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @zerowaste.id\_official  
Mengenai Konten Kampanye Gaya Hidup Minim Sampah  
Bibliografi : 5 Bab + 95 Halaman + Lampiran + 12 Buku + 4 Internet

### ABSTRAK

Zero Waste Indonesia (ZWID) sebuah komunitas dengan prinsip untuk edukasi masyarakat Indonesia dalam menerapkan gaya hidup minim sampah melalui konten kampanye di instagram. Kehadiran akun @zerowaste.id\_official ini untuk mengatasi masalah dalam pengelolaan sampah yang masih menjadi tantangan yang dihadapi oleh khalayak agar tidak selalu berakhir di TPA.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan paradigma konstruktivisme dan melakukan pendekatan teori Stuart Hall analisis resepsi yang fokus pada studi khalayak berperan aktif dalam mengkonsumsi dan memproduksi makna sesuai dari isi pesan konten yang disampaikan oleh media dan akan menghasilkan tiga posisi pemaknaan yaitu dominan, negosiasi dan oposisi.

Pengumpulan data dalam penelitian melakukan observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi dengan enam informan khalayak aktif dari pengikut akun instagram @zerowaste.id\_official untuk mengetahui pemaknaan *followers* akun @zerowaste.id\_official mengenai pesan-pesan konten gaya hidup minim sampah dari latar belakang yang berbeda.

Hasil dari wawancara seluruh informan setuju dengan kampanye #zerowaste30days karena membuat khalayak termotivasi dan menginspirasi khalayak khususnya pengikut akun instagram @zerowaste.id\_official dengan edukasi konten kampanye Zero Waste Indonesia. Terdapat pemaknaan narasumber masuk dalam kategori Dominan Hegemoni, dan untuk dua narasumber ada yang masuk dalam kategori negosiasi dan oposisi.

Keyword : Gaya Hidup Minim Sampah, Analisis Resepsi, Kampanye PR



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Field of Study Public Relations  
Nadya Mulya Affiva  
44218010051

Reception analysis of Followers Instagram account @zerowaste.id\_official  
Related to Minimal Waste Lifestyle Campaign Content  
Bibliography : 5 Chapters + 95 Pages + attachment + 12 Books + 4 Internet

### ABSTRAK

Zero Waste Indonesia (ZWID) is a community with principles for educating the Indonesian people in implementing a minimal waste lifestyle through campaign content on Instagram. The presence of the @zerowaste.id\_official account is to overcome problems in waste management which are still a challenge faced by the public so that they do not always end up in landfills.

This study uses a descriptive qualitative method with the constructivism paradigm and approaches the Stuart Hall theory of reception analysis which focuses on the study of audiences playing an active role in consuming and producing meaning according to the content of the message content conveyed by the media into three positions of meaning, namely dominant, negotiation and opposition.

Data collection in the study was carried out by observation, in-depth interviews and documentation with six active audience informants from followers of the @zerowaste.id\_official Instagram account to find out the meaning of followers of the @zerowaste.id\_official account related to the message of minimal waste lifestyle content from various backgrounds.

The results of interviews with all informants agree with the #zerowaste30days campaign because it motivates audiences and inspires audiences, especially followers of the @zerowaste.id\_official Instagram account by educating the content of the Zero Waste Indonesia campaign. There is a meaning that the sources are in the category of Dominant Hegemony, and for the two sources there are those who fall into the categories of negotiation and opposition.

Keyword : Zero Waste Lifestyle, Reception Analysis, PR Campaign

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @ZEROWASTE.ID\_OFFICIAL MENGENAI KONTEN GAYA HIDUP MINIM SAMPAH” Solawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, juga kepada keluarganya, sahabat hingga umatnya. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat terbatasnya kemampuan penulis, namun berkat rahmat Allah SWT, serta pengarahan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan bersama. Dalam menyusun proposal skripsi ini banyak yang telah membantu, untuk kesempatan kali ini tidak lupa penulis dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak yang setulus-tulusnya kepada :

1. Sofia Aunul, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang selalu senantiasa memberikan waktunya untuk membimbing serta memberikan arahan, motivasi, saran dan kesabaran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Suryaning Hayati. SE. MM., M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeristas Mercu Buana.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Untuk yang tercinta doa terbaik selalu menyertai untuk kedua orang tua saya Almarhum Mulyadi (ayah) terima kasih untuk seluruh cerita mengenai pengalaman, motivasi dan edukasinya selama ini terutama untuk pelajaran kehidupan untuk lebih bersyukur dan menikmati hidup sebagai orang baik. dan Eva Mediatati (ibu) terima kasih yang selalu memberikan motivasi dan



dorongan senantiasa bersabar dan berdoa serta selalu memberikan dukungan materil dan moril tanpa lelah.

6. Untuk seluruh para informan yang telah bersedia penulis jadikan subjek penelitian. Terima kasih atas respon baiknya serta kesediaan waktunya untuk wawancara.
7. Untuk seluruh teman-teman semasa kuliah sampai saat ini terima kasih sudah menjadi pengisi energi untuk hari-hari melewati perkuliahan ini dari awal semester. Terima kasih untuk Haliza, Yara, Syakirah, Defita dan untuk Almarhumah Febby doa terbaik selalu menyertai teman-teman sekalian.
8. Terima kasih untuk seluruh anggota keluarga dan teman terbaik Silvia yang sudah mendukung dan membantu peneliti sampai saat ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah selalu berusaha menjadi yang versi diri sendiri yang terbaik dari yang terbaik.

Akhir kata, dari penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga laporan skripsi ini bisa berguna bagi yang membacanya dikemudian hari.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2022

Peneliti

**Nadya Mulya Affiva**

**44218010051**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Analisis Resepsi .....	18
2.3 Komunikasi .....	20
2.4 Komunikasi Lingkungan.....	21
2.5 Kampanye .....	22
2.6 Media Baru.....	24
2.6.1 Media Sosial .....	24
2.7 Kerangka Pemikiran .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subjek Penelitian.....	29

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder.....	32
3.5 Teknik Analisis Data .....	33
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	34

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian (Zero Waste Indonesia) .....	35
4.1.1 Postingan Konten Kampanye akun @zerowaste.id_official.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Pemaknaan mengenai Gaya Hidup Minim Sampah .....	42
4.2.2 Pemaknaan kampanye Gaya Hidup Minim Sampah .....	45
4.2.3 Upaya mengikuti kampanye Gaya Hidup Minim Sampah .....	47
4.2.4 Hambatan dalam Penerapan Gaya Hidup Minim Sampah.....	48
4.2.5 Dampak Penerapan Gaya Hidup Minim Sampah.....	51
4.3 Pembahasan.....	56

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Saran Akademik .....	65
5.2.2 Saran Praktis .....	66

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>
-----------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Pengelolaan Sampah Indonesia Bermasalah.....	1
1.2 Profil Instagram Zero Waste Indonesia .....	3
1.3 Konten Kampanye Zero Waste Indonesia .....	4
1.4 Konten Kampanye Zero Waste Indonesia .....	5
1.5 Jumlah Pengguna Instagram 2020-2021.....	6
4.1 Logo Zero Waste Indonesia .....	36
4.2 Screenshoot konten zerowaste id .....	37
4.3 Screenshoot konten zerowaste id.....	38
4.4 Screenshoot konten zerowaste id .....	39
4.5 Screenshoot Instagram <i>story</i> zerowaste id.....	40



## DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Peneltian Terdahulu .....	13
2.2 Kerangka Pemikiran .....	27
3.1 Tabel Data Informan.....	31
4.1 Tabel Posisi Pemaknaan Informan .....	55
4.2 Tabel Pemahaman peduli lingkungan.....	61

