

## ABSTRAK

Nama : Riqqah Hamidah  
NIM : 44219010006  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Analisa Resepsi Followers  
Pada Kampanye Promosi “Kejutan Belanja Untung” Instagram @tokopedia  
Periode 2022”  
Pembimbing : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

KEBUT adalah kampanye yang memiliki beragam jenis promosi menarik khusus yang hadir setiap bulan untuk memudahkan pengguna tokopedia untuk berani memulainya mendapatkan berbagai hal yang mereka butuhkan. Sebagai *e-commerce*, Fokus penelitian ini adalah bagaimana interpretasi khalayak (posisi dominan hegemonik, posisi negosiasi, dan posisi oposisi) terhadap kampanye promosi “Kejutan Belanja Untung” Instagram @tokopedia periode 2022. Tujuan penelitian adalah menganalisa penerimaan khalayak Instagram @tokopedia pada kampanye promosi “Kejutan Belanja Untung” Instagram @tokopedia periode 2022.

Penerimaan khalayak dianalisis menggunakan teori analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall dan mengenai empat faktor psikologis konsumen yakni motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis, jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi. Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*in depth interview*) kepada tujuh informan yang merupakan *followers* akun Instagram @tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan pada kategorisasi motivasi dan sikap ketujuh informan konsisten pada posisi dominan hegemonik. Sedangkan kategorisasi persepsi dan pembelajaran ketujuh informan pada posisi dominan hegemonik dan oposisi.

**Kata Kunci** : Analisis Resepsi, Belanja Online, Kampanye Promosi, Instagram, Psikologi Konsumen

## ABSTRACT

Name : Riqqah Hamidah  
NIM : 44219010006  
Study Program : Public Relations  
Title Internship Report : Analysis of Followers Reception of the “Kejutan Belanja Untung” Promotion Campaign on Instagram @tokopedia Period 2022  
Counsellor : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

KEBUT is a campaign that has various types of special attractive promotions that are present every month to make it easier for tokopedia users to dare to start getting the various things they need. As an e-commerce, the focus of this research is how the audience interprets (dominant hegemonic position, negotiating position, and opposition position) towards Instagram's "Profit Shopping Surprise" promotional campaign @tokopedia the 2022 period. The purpose of the study was to analyze the acceptance of Instagram audiences @tokopedia on Instagram's "Kejutan Belanja Untung" promotion campaign @tokopedia the 2022 period.

Audience acceptance was analyzed using Stuart Hall's encoding-decoding reception analysis theory and regarding four consumer psychological factors, namely motivation, perception, learning and attitudes. Research uses a constructivist paradigm, the type of research is descriptive qualitative with reception analysis methods. The technique of checking the validity of the data in this study is source triangulation. In-depth interview data collection techniques to seven informants who are followers of @tokopedia's Instagram account. The results showed that the categorization of motivations and attitudes of the seven informants was consistent in the hegemonic dominant position. Meanwhile, the categorization of perceptions and learning of the seven informants in the dominant position of hegemonic and opposition.

**Keywords:** Followers Reception, Promotional Campaign, Online Shopping, Instagram, Consumer Psychology