



**ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM
@TEDDYCLUBS TERHADAP PESAN KAMPANYE
“PLANT WITH US”**

LAPORAN SKRIPSI

Gisela Lunetta Sakanti

**UNIVERSITAS
44219010113
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gisela Lunetta Sakanti
NIM : 44219010113
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers Akun Instagram @teddyclubs Terhadap Pesan Kampanye Plant with Us*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2023



Gisela Lunetta Sakanti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Gisela Lunetta Sakanti
NIM : 44219010113
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Akun *Instagram*
@teddyclubs Terhadap Pesan Kampanye *Plant with Us*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Elly Yuliaty, M.Si ()
NIDN : 0324077101
Ketua Penguji : Suryaning Hayati, SE, MM ()
NIDN : 0322088201
Penguji Ahli : Yuliaty, S.Sos, M.I.Kom ()
NIDN : 0306097205

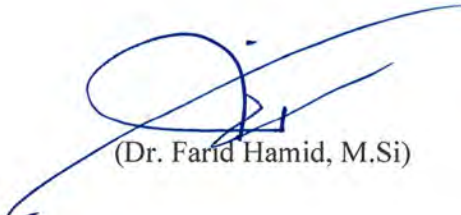
Jakarta, 31 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus yang telah melimpahkan berkat-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi *Followers* Akun *Instagram @teddyclubs* Terhadap Pesan Kampanye “*Plant with Us*””. Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana (S-1) *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Tahun 2023. Selain itu, juga sebagai pengalaman peneliti guna mempelajari lebih dalam mengenai dunia *Public Relations* yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dunia kerja. Oleh sebab itu, peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus dosen mata kuliah Riset Penelitian yang telah membantu dan mengarahkan peneliti selama dalam menyusun penelitian ini hingga tahap seminar proposal.
3. Ibu Anindita, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi II Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku dosen pembimbing sekaligus Kepala Biro Sekretariat Universitas Mercu Buana yang membantu dan mengarahkan peneliti dalam melakukan dan menyusun penelitian ini hingga selesai.

5. Dosen-dosen Program Studi *Public Relations* yang telah memberikan ilmu sejak awal perkuliahan, hingga akhir perkuliahan.
6. Keluarga tercinta, Ayah Syamy Aji Eddy Putro, Ibu Laena Andri Karlina, serta adik tersayang Mikaela Liora Shantee yang selalu mendoakan, mendukung, bekerja keras, dan memberikan fasilitas terbaik sehingga peneliti mampu menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
7. *Brand Teddy Clubs* dan Ci Felicia Wijaya selaku *Founder brand Teddy Clubs* sebagai objek penelitian untuk skripsi ini.
8. Ketujuh informan yang telah berkenan melakukan wawancara mendalam untuk keperluan data skripsi ini.
9. The Sulungs, Gabrielle Eliza, Kyrei Vixy Chika Dimarsha, Yonetha Ursulla, dan Angelly Faustine Putri Hutasoit yang selalu setia memberi dukungan, doa, dan semangat serta bantuan pada peneliti dalam proses penyusunan penelitian ini.
10. Anindita Amelia, Elizabeth Imelda Kevin Liwu, Falah Fadhilah, dan Hawa Suherman yang telah setia menemani peneliti dalam suka duka selama berkuliah di Universitas Mercu Buana dan mendukung peneliti dalam melakukan penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Selain itu, peneliti juga menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran

sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada skripsi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca dan dapat dijadikan sebuah referensi dalam membuat skripsi yang lainnya. Terima kasih.

Tangerang, 16 Maret 2022



Gisela Lunetta Sakanti



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gisela Lunetta Sakanti
NIM : 44219010113
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi *Followers Akun Instagram @teddyclubs Terhadap Pesan Kampanye Plant with Us*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2023

Yang menyatakan,

Gisela Lunetta Sakanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. Komunikasi	21
2.2.2. Teori Resepsi (Encoding/Decoding) Stuart Hall.....	22
2.2.3. Teori <i>Individual Differences</i>	27
2.2.4. <i>Public Relations</i>	29
2.2.3.1. Definisi <i>Public Relations</i>	29
2.2.3.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	30

2.2.3.3.	Tujuan <i>Public Relations</i>	32
2.2.5.	Kampanye.....	35
2.2.4.1.	Definsi Kampanye.....	35
2.2.4.2.	Tujuan Kampanye	37
2.2.4.3.	Pesan Kampanye	38
2.2.4.4.	Media Kampanye	39
2.2.6.	<i>Instagram</i>	40
2.2.5.1.	Definisi <i>Instagram</i>	40
2.2.5.2.	Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i>	42
2.2.7.	<i>Brand Image</i>	43
2.2.6.1.	Definisi <i>Brand Image</i>	43
2.2.6.2.	Faktor – Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	44
BAB III	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1.	Paradigma Penelitian.....	47
3.2.	Pendekatan Penelitian	48
3.3.	Metode Penelitian.....	49
3.4.	Subyek Penelitian.....	49
3.5.	Unit Analisis.....	51
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6.1	Data Primer.....	54
3.6.2	Data Sekunder	55
3.7.	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1	Redukasi Data.....	56
3.7.2	Penyajian Data.....	56
3.7.3	Penarikan Kesimpulan.....	57
3.8.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1.	Teddy Clubs	58

4.1.2.	Identitas <i>Brand</i> Teddy Clubs.....	60
4.1.3.	Tujuan, Visi, dan Misi Teddy Clubs	61
4.1.4.	Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ”	62
4.2.	Deskripsi Informan.....	65
4.3.	Hasil Penelitian	67
4.3.1.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 1</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	69
4.3.2.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 2</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	73
4.3.3.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 3</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	77
4.3.4.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 4</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	81
4.3.5.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 5</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	85
4.3.6.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Caption</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Feeds Instagram @teddyclubs</i>	90
4.3.7.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 1</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story @teddyclubs</i>	94
4.3.8.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 2</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story @teddyclubs</i>	98
4.3.9.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 3</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story @teddyclubs</i>	102
4.3.10.	Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 4</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story @teddyclubs</i>	106

4.3.11. Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 5</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story</i> @teddyclubs	110
4.3.12. Resepsi dan Posisi Pemaknaan <i>Followers</i> terhadap <i>Slide 6</i> Konten Kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>Highlight Instagram Story</i> @teddyclubs	114
4.4. Pembahasan	126
BAB V	133
KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1. Kesimpulan	133
5.2. Saran	135
5.2.1. Saran Akademis	135
5.2.2. Saran Praktis	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2022 oleh Hootsuite (We Are Social).....	2
Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022 oleh Hootsuite (We Are Social)	3
Gambar 2. Model Encoding dan Decoding Stuart Hall	25
Gambar 3.1. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>feeds</i> akun <i>Instagram</i> @teddyclubs	53
Gambar 3.2. <i>Highlight Instagram stories</i> pada akun <i>Instagram</i> @teddyclubs yang berjudul “ <i>Plant with Us</i> ”	56
Gambar 4.1. Materi konten <i>feeds</i> Instagram Kampanye <i>Plant with Us</i> dari brand Teddy Clubs	67
Gambar 4.2. Dokumentasi dari Lindungi Hutan ketika pelaksanaan penanaman pohon mangrove di Muara Cisadane, Tangerang	68
Gambar 4.3. Dokumentasi dari Lindungi Hutan terkait dengan kondisi setelah Kampanye <i>Plant with Us</i> selesai dilaksanakan (Juni 2022) di Muara Cisadane, Tangerang	69
Gambar 4.4. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 1 dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	70
Gambar 4.5. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 2 dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	74
Gambar 4.6. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 3 dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	79
Gambar 4.7. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 4 dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	84
Gambar 4.8. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 5 dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	89
Gambar 4.9. <i>Caption</i> konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” dalam <i>feeds Instagram</i> @teddyclubs	95
Gambar 4.10. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 1 dalam <i>highlight Instagram story</i> @teddyclubs	100
Gambar 4.11. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 2 dalam <i>highlight Instagram story</i> @teddyclubs	105
Gambar 4.12. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 3 dalam <i>highlight Instagram story</i> @teddyclubs	110
Gambar 4.13. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 4 dalam <i>highlight Instagram story</i> @teddyclubs	115
Gambar 4.14. Konten kampanye “ <i>Plant with Us</i> ” slide 5 dalam <i>highlight Instagram story</i> @teddyclubs	119

Gambar 4.15. Konten kampanye “*Plant with Us*” slide 6 dalam *highlight Instagram story @teddyclubs*124



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Profile Singkat Informan Penelitian	51
Tabel 4.1 Tabel Data Informan	67
Tabel 4.2 Resepsi dan Posisi Penerimaan Informan pada Konten Kampanye <i>Plant with Us</i>	130

