



***“Digital Campaign pada Media Sosial Instagram @letsadoptindonesia
dalam Menginformasikan Pentingnya Sterilisasi Kucing”***

(Periode 2021 - 2023)

LAPORAN SKRIPSI

Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Yoga Arif Dermawan

44218010127

UNIVERSITAS
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 : Yoga Arif Dermawan
NIM : 44218010127
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Digital Campaign* pada Media Sosial *Instagram* @letsadoptindonesia dalam Menginformasikan Pentingnya Sterilisasi Kucing

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.

Jakarta, 04 September 2023

UNIVERSI
MERCU BUANA



Yoga Arif Dermawan.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yoga Arif Dermawan
NIM : 44218010127
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Digital Campaign* pada Media Sosial *Instagram*
@letsadoptindonesia dalam Menginformasikan
Pentingnya Sterilisasi Kucing

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 : Engga Probi Endri, S.I.kom., M.A. ()
NIDN : 0317089402
Ketua Penguji : Dr. Abdul Rahman, HI., MM., M.Si. ()
NIDN : 0330126403
Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom ()
NIDN : 0320037307

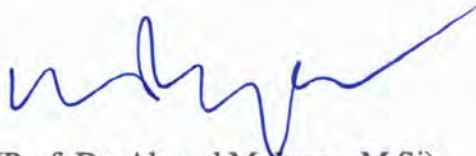
MERCU BUANA

Jakarta, 04 September 2023

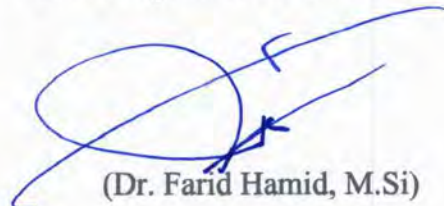
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yoga Arif Dermawan
NIM : 44218010127
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Digital Campaign* pada Media Sosial *Instagram @letsadoptindonesia* dalam Menginformasikan Pentingnya Sterilisasi Kucing

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 04 September 2023
Yang menyatakan,



(Yoga Arif Dermawan)

ABSTRAK

Nama : Yoga Arif Dermawan

NIM : 44218010127

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : *Digital Campaign* Pada Media Sosial *Instagram*
@letsadoptindonesia Dalam Menginformasikan Pentingnya
Sterilisasi Kucing

Pembimbing : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.

Perkembangan teknologi membuat lahirnya media baru yang di sebut media sosial. Kemajuannya membuat perubahan gaya kampanye dengan lahirnya digital campaign yang dilakukan oleh komunitas letsadoptindonesia dalam mengkampanyekan pentingnya sterilisasi kucing di media sosial Instagram. Maka tujuan penelitian ini adalah, Untuk mengetahui proses *digital campaign* pada media sosial *Instagram @letsadoptindonesia* dalam menginformasikan pentingnya sterilisasi kucing. Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil Penelitian menunjukkan adanya bentuk respon yang dapat diberikan oleh pihak penerima pesan tersebut berupa komentar dari postingan pihak Lets Adopt Indonesia. Sehingga dalam hal ini adanya respon baik menjadi bentuk bahwa pihak Lets Adopt Indonesia mampu berhasil menginformasikan kampanye sterilisasi kucing.

Kegiatan Sterilisasi Kucing menjadi kegiatan kampanye digital yang dilakukan oleh organisasi Lets Adopt Indonesia. Adapun dalam hal ini tujuan kampanye tersebut dikarenakan jumlah kucing yang sudah overpopulasi. Sehingga untuk kapasitas kehidupan makhluk hidup seperti kucing yang lebih baik, organisasi tersebut mengadakan kampanye sosial pada media sosial.

Kata Kunci: *Digital Campaign*, Media Sosial, Instagram, Sterilisasi Kucing

ABSTRACT

Name : Yoga Arif Dermawan

NIM : 44218010127

Study Program : Public Relations

*Title of thesis report : Digital Campaign on Social Media Instagram
@letsadoptindonesia In Informing the Importance of Cat
Sterilization*

Counsellor : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.

Technological developments create a new media called social media. Its progress led to a change in campaign style with the birth of a digital campaign carried out by the letsadoptindonesia community campaigning for the importance of cat sterilization on Instagram social media. So the purpose of this research is to find out about the digital campaign process on social media Instagram @letsadoptindonesia to inform about the importance of cat sterilization. In this study, researchers used a constructivist paradigm, with a descriptive qualitative approach.

The research results show that there is a form of response that can be given by the recipient of the message in the form of comments from posts by Lets Adopt Indonesia. So that in this case there was a good response in the form that Lets Adopt Indonesia was able to successfully inform the cat sterilization campaign.

The Cat Sterilization Activity is a digital campaign activity carried out by the Lets Adopt Indonesia organization. As for in this case the purpose of the campaign is due to the number of cats that are already overpopulated. So that for a better life capacity of living things like cats, the organization is holding a social campaign on social media.

Keywords: *Digital Campaign, Social Media, Instagram, Cat Sterilization*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Berkat karunianya saya selalu diberikan kesehatan jasmani dan rohani. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini dengan judul ***“Digital Campaign Pada Media Sosial Instagram @letsadoptindonesia Dalam Menginformasikan Pentingnya Sterilisasi Kucing”***

Penyusunan penelitian yang saya buat ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) di Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Public Relations. Tidak dapat disangkal bahwa butuh banyak usaha untuk menyelesaikan penelitian ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang di sekitar saya yang mendukung dan membantu saya. Terima kasih saya tujukan kepada:

1. Bapak Engga Probi Endri. S.I.Kom., M.A. Selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing dan membantu dalam penulisan sertanya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Anindita S.P.d, M. Ikom. Selaku Sekprodi 2 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Kedua Orang Tua, Bapak Sarip tercinta dan Ibu C H Mulyaningsih tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi serta dukungan tanpa henti untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakak Tutut Yuliasih dan Adik Zordi Rizki Oktaviarif, yang selalu menghibur serta mendoakan saudaramu ini.
7. Seseorang yang telah memberikan saya semangat tanpa lelah dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Mahasiswa Public Relations 2018, yang tiada henti selalu saling memotivasi untuk dapat menyelesaikan perkuliahan ini

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya penulis menyadari masih banyak kekurangan. Maka penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak. Semoga laporan ini dapat menjadi pengetahuan dan pengalaman bagi penulis, dan juga bagi para pembaca menjadi lebih baik di masa depan.

Jakarta, 06 Agustus 2023



Yoga Arif Dermawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABLE.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.1.1 Komunikasi Digital	23

2.2.2 Digital Public Relations.....	25
2.2.2.1 Tugas Digital Public Relations	26
2.2.2.2 Fungsi Digital Public Relations	27
2.2.2.3 Manfaat Digital Public Relations.....	27
2.2.3 New Media	29
2.2.3.1 Karakteristik New Media.....	30
2.2.3.2 Fungsi New Media.....	31
2.2.4 Media Sosial	32
2.2.4.1 Pengertian Media Sosial	32
2.2.4.2 Media sosial sebagai sumber informasi	34
2.2.5 Instagram	35
2.2.6 Kampanye.....	38
2.2.6.1 Pengertian Kampanye.....	38
2.2.6.2 Digital Campaign.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Subyek Penelitian	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Misi Let's Adopt Indonesia.....	53
4.1.2 Kegiatan Program Let's Adopt Indonesia	53

4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Digital Public Relations dalam Lets Adopt Indonesia.....	56
4.2.2 Pemanfaatan New Media dan Instagram bagi Lets Adopt Indonesia ...	59
4.2.3 Pemanfaatan Instagram pada Campaign Let's Adopt Indonesia	62
4.3 Pembahasan	69
4.3.1 Analisa Pembahasan Digital Campaign @letsadoptindonesia	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis	90
5.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data statistik media sosial di Indonesia bulan Januari 2021	7
Gambar 1.2 Salah satu tangkapan layar postingan Instagram @letsadoptindonesia tentang TNR	3
Gambar 1.3 Postingan Instagram @letsadoptindonesia campaign steril gratis	5
Gambar 1.4 Salah satu tangkapan layar stories Instagram @letsadoptindonesia tentang campaign sterilisasi	9
Gambar 1.5 Salah satu tangkapan layar postingan Instagram @letsadoptindonesia saat melakukan TNR	11
Gambar 4.1 Logo Let's Adopt Indonesia	51
Gambar 4. 2 Akun Sosial Media Facebook Let's Adopt Indonesia.....	75
Gambar 4. 3 Akun Sosial Media Twitter Let's Adopt Indonesia	76
Gambar 4. 4 Akun Sosial Media Instagram Let's Adopt Indonesia	76
Gambar 4. 5 Postingan @letsadoptindonesia Tentang Digital Campaign Gerakan Sterilisasi Kucing	80
Gambar 4. 6 Respon Komentar dari Digital Campaign Sterilisasi Kucing.....	81
Gambar 4. 7 Respon tim Lets Adopt Indonesia dalam Membalas Komentar.....	83

DAFTAR TABLE

Tabel 1.1 Tabel pembanding jumlah <i>Followers</i>	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14

