

ABSTRAK

Nama : Della Rachmaniar
NIM : 44219110148
Program Studi : Public Relations
Judul : Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Budaya Hidup Sehat Dalam Akun Media Sosial Instagram @Yakult_Indonesia
Bibliografi : 5 Bab, 81 Hal + 14 Lampiran + 18 Buku + 10 Jurnal

Yakult adalah suplemen makanan berbentuk minuman [probiotik](#). Dalam persaingan globalisasi saat ini Yakult satu-satunya pemain dalam produk minuman kesehatan ini, banyak perusahaan yang bermunculan menawarkan produk sejenis sehingga menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara perusahaan-perusahaan dalam merebut pangsa pasar sehingga penggunaan media sosial seperti Instagram dilakukan oleh Yakult untuk melakukan kampanye brand. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap pesan budaya hidup sehat dalam akun media social Instagram @yakult_indonesia.

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi, sedangkan penerima pesan disebut khalayak Penerima biasa juga disebut dengan komunikan, *audience*, sasaran, *receiver*, atau khalayak, Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan rancangan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Penelitian ini menggunakan informan sebanyak 10 informan dengan pengambilan data melalui wawancara mendalam. Teknik analisis data mencakup tiga tahap yaitu reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi informan terkait resepsi followers mengenai pesan budaya hidup sehat yang dikampanyekan pada akun Instagram @yakult_indonesia sangat beragam. Para informan yang memaknai hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Yakult Indonesia dan memiliki tanggapan yang positif. Seluruh informan memberikan persepsinya masing-masing dengan makna yang sama, image yang tergambar menurut para informan sangat baik dan positif, konten yang menarik dan mudah diterima oleh khalayak, kampanye brand yang dilakukan Yakult Indonesia melalui konten hidup sehat yang menarik khalayk banyak serta produk yang mengedepankan manfaat dari produk yang ada sehingga value yang diterima dirasakan sangat besar, membuat Yakult bisa dianggap sebagai pelopor produk minuman kesehatan sehingga informan yang menganggap bahwa budaya hidup sehat merupakan hal yang harus diterapkan dengan

bentuk kegiatan yang dapat dilakukan antara lain berolahraga, menjaga pola makan dengan mengonsumsi makanan sehat, tidur teratur dan mengonsumsi minuman kesehatan seperti produk Yakult yang telah mereka konsumsi rutin sejak lama.

Kata kunci: Resepsi, Khalayak, Yakult Indonesia,instagram.



ABSTRACT

Name : Della Rachmaniar
NIM : 44219110148
Study Programme : Public Relations
Title : Audience Reception of Healthy Living Culture Messages in the Instagram Social Media Account @Yakult_Indonesia
Bibliography : 5 Chapters, 81 Pages + 14 Appendices + 18 Books + 10 Journals

Yakult is a food supplement in the form of a probiotic drink. In the current globalisation competition, Yakult is the only player in this health drink product, many companies have sprung up offering similar products, causing very intense competition among companies in capturing market share so that the use of social media such as Instagram is carried out by Yakult to conduct brand campaigns. This study aims to determine the audience's reception of healthy living culture messages in the Instagram social media account @yakult_indonesia.

A message is something that is conveyed by the communicator to the communicant through the communication process, while the recipient of the message is called the audience. The ordinary receiver is also called the communicant, audience, target, receiver, or audience, the audience is the party who is the target of the message sent by the communicator.

This research uses a constructivism paradigm with a qualitative research design with a reception analysis approach. This research uses 10 informants by collecting data through in-depth interviews. The data analysis technique includes three stages, namely data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results showed that informants' receptions related to followers' receptions of healthy living culture messages campaigned on the @yakult_indonesia Instagram account were very diverse. The informants who interpret the same thing as what is conveyed by Yakult Indonesia and have a positive response. All informants give their respective perceptions with the same meaning, the image depicted according to the informants is very good and positive, the content is interesting and easily accepted by the audience, the brand campaign carried out by Yakult Indonesia through healthy living content that attracts many audiences and products that prioritize the benefits of existing products so that the value received is felt very large, Yakult can be considered as a pioneer of health drink products so that informants who consider that a healthy living culture is something that must be applied with the form of activities that can be done include exercising,

maintaining a diet by consuming healthy foods, regular sleep and consuming health drinks such as Yakult products that they have consumed regularly for a long time.

Keyword: Reception, Audience, Yakult Indonesia.insatgram

