

ABSTRAK

Nama : Dhanty Shalsabila
NIM : 44219010096
Program Studi : Public Relations
Judul : Analisis Resepsi Followers Terhadap Konten Berbagi
Kebahagiaan pada Akun Instagram @ikoy2an
Pembimbing : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

Media sosial Instagram merupakan sebuah platform digital berbasis gambar, suara dan tulisan yang paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan usia. Instagram diramaikan sebuah konten ikoy - ikoyan yang banyak menarik perhatian masyarakat terutama pengguna Instagram. Selebgram Indonesia Arief Muhammad melakukan kegiatan berbagi dengan nama dan cara yang unik hingga membuat akun Instagram khusus Berbagi Kebahagiaan serta mempunyai hashtag #BerbagidanDibagi yang menekankan bahwa akun Instagram ini khusus ajang berbagi dan dibagi. Konten berbagi kebahagiaan @ikoy2an ini memiliki penerimaan makna pesan yang berbeda - beda terutama oleh *followers*-nya.

Penulis berfokus untuk menganalisis bagaimana penerimaan *followers* memaknai konten berbagi kebahagiaan akun Instagram @ikoy2an berdasarkan Teori Resepsi Encoding-Decoding oleh Stuart Hall yang menjelaskan tiga kategorisasi khalayak yaitu *dominant (hegemonic) position*, *negotiated position* dan *oppositional position*. Informan merupakan *followers* @ikoy2an. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma konstruktivistik. Teknik analisis data penelitian ini adalah dengan cara pengumpulan data dari hasil wawancara mendalam, mendeskripsikan data serta menarik kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menyatakan bahwa 10 *followers* memaknai konten berbagi kebahagiaan pada akun Instagram @ikoy2an berdasarkan faktor latar belakang usia, pengalaman pribadi dan budaya. Penelitian ini menunjukkan penerimaan *followers* berada di 5 posisi dominan, 3 posisi negosiasi, dan 2 posisi oposisi. Konten berbagi kebahagiaan/ikoy-ikoyan mayoritas di posisi Dominan, *followers* memaknai konten @ikoy2an adalah cara memanfaatkan media sosial secara positif untuk berbagi dan membahagiakan banyak orang. Posisi Negosiasi, *followers* memaknai konten @ikoy2an adalah hal yang unik dan seru namun tujuan lainnya mencari *followers* dan *engagement* audiens yang mempengaruhi Instagramnya, Sedangkan Oposisi, *followers* memaknai konten @ikoy2an hanya menjadikan orang malas dan mengemis.

Kata Kunci: berbagi kebahagiaan, akun instagram @ikoy2an, analisis resepsi, media sosial

ABSTRACT

Name : Dhanty Shalsabila
Student Number : 44219010096
Study Program : Public Relations
Thesis Tittle : *Analysis of Followers Reception about Sharing Happiness Content at the Instagram account @ikoy2an*
Lecturer : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

Social media Instagram is a digital platform based on images, sounds, and text the most used all ages. Instagram is booming because of an Ikoy -Ikoyan content that attracts attention public especially Instagram users. Celebrity Instagram of Indonesia named Arief Muhammad do a sharing activity with named and unique way until create an Instagram account especially sharing happiness and make hashtags #BerbagidanDibagi which emphasizes that this Instagram account specializes in sharing and being shared. @ikoy2am content sharing happiness has received different message meanings, especially by the followers.

The author focuses on analyzing how followers interpret the sharing happiness content at @ikoy2an Instagram account based on Encoding-Decoding Reception Theory by Stuart Hall's which explaining the three audience categorizations like Dominant (hegemonic) position, Negotiated position, and Oppositional position. The informant is a followers of @ikoy2an. This research uses a descriptive qualitative approach and a constructivist paradigm. The data analysis technique of this research with data collection from in-depth interviews, describing data and make a conclusions. Data validity techniques using source triangulation.

The research results found that 10 followers interpreted the content of sharing happiness at @ikoy2an Instagram account based on age, personal experiences and cultural background factors. This research show 5 dominant positions, 3 negotiation positions and 2 opposition positions. Content of sharing hapiness or ikoy-ikoyan based on informants is dominant position because they interpret the content as a way to use social media positively to share and make a lot of people happy. Negotiated position interpreting @ikoy2an content is unique and fun, but the goals is to find audience engagement which will increase his Instagram. Meanwhile, the oppositional interpret @ikoy2an content as just making people lazy amd beggar.

Keywords: *sharing happiness, instagram account @ikoy2an, reception theory, social media*