



**INTERPRETASI KHALAYAK MENGENAI KONTEN
INSTAGRAM @temanbaik.rachelvennya DALAM
MEMBANGUN CITRA DIRI PADA *INFLUENCER* RACHEL
VENNYA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Putri Laviyana

44220010159

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Laviyana
NIM : 44220010159
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : INTERPRETASI KHALAYAK
MENGENAI KONTEN INSTAGRAM @temanbaik.rachelvennya
DALAM MEMBANGUN CITRA DIRI PADA *INFLUENCER*
RACHEL VENNYA

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, 05 Juni 2024
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Putri Laviyana

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Putri Laviyana
NIM : 44220010159
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : INTERPRETASI
KHALAYAK MENGENAI KONTEN INSTAGRAM
@temanbaik.rachelvennya DALAM MEMBANGUN CITRA
DIRI PADA *INFLUENCER* RACHEL VENNYA

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. Farid Hamid, M.Si
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Drs. Riswandi, M.Si
NIDN : 0309065903
Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.Ikom
NIDN : 0316088503

()
()
()


Jakarta, 05 Juni 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(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 : Putri Laviyana
NIM : 44220010159
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : INTERPRETASI
KHALAYAK MENGENAI KONTEN INSTAGRAM
@temanbaik.rachelvennya DALAM MEMBANGUN CITRA DIRI
PADA *INFLUENCER* RACHEL VENNYA

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, 05 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Putri Laviyana)

ABSTRAK

Nama : Putri Laviyana
NIM : 44220010159
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Mengenai Konten Instagram
@temanbaik.rachelvennya Dalam Membangun Citra Diri
Pada *Influencer* Rachel Vennya
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

Akun @temanbaik.rachelvennya telah melakukan upaya untuk membangun citra diri dari influencer Rachel Vennya salah satunya melakukan kegiatan sosial berbagi kepada orang tidak mampu di sekitar wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui interpretasi khalayak terhadap konten Instagram dalam menginformasikan kegiatan sosial berbagi yang dilakukan Relawan Teman Baik pada akun Instagram @temanbaik.rachelvennya.

Tinjauan Pustaka dalam penelitian terdiri lima penelitian terdahulu. Kajian teoritis meliputi Komunikasi, Encoding-Decoding, *New Media*, Media Sosial, Konten, Teori Resepsi, *Influencer*. Pada proses Encoding-Decoding khalayak dapat dikategorikan ke dalam 3 posisi yaitu, Dominant Hegemoni, Negosiasi, dan Oppositional.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif metode penelitian analisis resepsi dengan informan sebanyak 7 informan dari status yang berbeda. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer menggunakan wawancara mendalam dan observasi sedangkan data sekundernya menggunakan studi literatur. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data dengan pemaknaan pesan yang diterima khalayak dengan menggunakan *encoding-decoding* Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan Interpretasi khalayak terhadap 2 konten yakni 17 April 2023 dan 7 Juni 2023 memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Interpretasi pada posisi Dominant Hegemoni dilatarbelakangi oleh informan yang cenderung memiliki ketertarikan terhadap keberagaman suatu konten, sedangkan Negosiasi cenderung memiliki penilaian yang sama tetapi melakukan penyesuaian pada beberapa kategorisasi, Oposisi memiliki pendapat yang bertentangan terhadap isi konten.

Kata Kunci : *Interpretasi Khalayak, Resepsi, Instagram, Citra Diri.*

ABSTRACT

Name : Putri Laviyana
NIM : 44220010159
Study Program : Public Relations
Title of Thesis Report : Audience Interpretation of @temanbaik.rachelven's Instagram Content in Building Self-Image of Influencer Rachel Vennya
Lecturer : Dr. Farid Hamid Umarela, M.Sc

The @temanbaik.rachelven account has made efforts to build the self-image of influencer Rachel Vennya, one of which is carrying out social sharing activities with underprivileged people around the DKI Jakarta area. This research aims to determine the audience's interpretation of Instagram content in informing the social sharing activities carried out by Good Friends Volunteers on their Instagram account @temanbaik.rachelvennya.

The literature review in the research consisted of five previous studies. Theoretical studies include Communication, Encoding-Decoding, New Media, Social Media, Content, Reception Theory, Influencers. In the Encoding-Decoding process, audiences can be categorized into 3 positions, namely, Dominant Hegemony, Negotiation, and Oppositional.

This research uses a constructivist paradigm with 7 informants from different statuses. Data collection techniques in this research are in-depth interviews and observation. This research uses data analysis techniques to interpret the message received by the audience using the Stuart Hall encoding-decoding method.

The results of the research show that on the Instagram account @temanbaik.rachelven, the audience knows about Instagram @temanbaik.rachelven through various sources found, both through the influencer's personal Instagram, explore, Instagram stories, explore, and some also from friends. The audience's interpretation of the two contests, namely April 17 2023 and June 7 2023, has different meanings according to the audience's position.

Keywords: *Interpretation, Audience Reception Analysis, Instagram, Self-Image.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya pada akhirnya saya Putri Laviyana telah sampai kepada tahapan akhir dalam perkuliahan Strata-1 saya di jurusan *Public Relations* Universitas Mercubuana, yaitu penelitian tugas akhir (Skripsi) yang berjudul “Interpretasi Khalayak Mengenai Konten Instagram @temanbaikrachelvennya Dalam Membangun Citra Diri Pada *Influencer* Rachel Vennya”. Peneliti menyadari dalam skripsi ini terdapat beberapa hambatan yang peneliti hadapi, meskipun pada akhirnya dapat melaluinya berkat dorongan motivasi, spiritual, dan moral oleh berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang sudah menjadi *support system* terbaik bagi peneliti selama ini, yaitu:

1. Dr. Farid Hamid Umarella M.Si selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya, memberikan semangat, serta memberikan banyak motivasi saya dalam pengerjaan Proposal Skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom dan Ibu Siti Muslichatul, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Public Relations.

4. Kepada Kedua orang tua yang tercinta, yang telah mendidik dan merawat saya dari kecil hingga saat ini dengan penuh kasih sayang, mendoakan dan memberikan saya support dalam segala hal yang saya jalani terutama dalam pengerjaan Proposal Skripsi.
5. Kepada sahabat saya tersayang Keanny Ovia dan Aldhi Firmansyah yang selalu memberikan motivasi, dan selalu menemani saya dalam menulis proposal skripsi.
6. Kepada teman-teman seperjuangan program studi Public Relations angkatan 2020 yang saat ini sedang berjuang.

Jakarta, 31 Mei 2024

Putri Laviyana



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
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Akademis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1. Komunikasi	17
2.2.2. Media Baru (New Media)	18
2.2.3. Media Sosial.....	19
A. Instagram	20
B. Pengguna Media Online / Digital.....	21
2.2.4. Konten	22
2.2.5. Citra Diri	23
2.2.6. <i>Influencer</i>	24

2.2.7. Teori Resepsi.....	25
2.2.8. Encoding-Decoding (Penerimaan Pesan).....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Paradigma Penelitian.....	28
3.2. Metode Penelitian.....	28
3.3. Subjek Penelitian.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1. Data Primer	30
3.4.2. Data Sekunder	32
3.5. Teknik Analisis Data.....	32
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Objek Penelitian.....	34
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Sumber Informasi Terkait Akun Instagram @temanbaik.rachelvennya.....	38
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 KESIMPULAN.....	73
5.2 SARAN	73
5.2.1 Saran Akademis	73
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @rachelvennya	2
Gambar 1. 2 Berita Pemeriksaan Kasus Rachel Vennya	3
Gambar 1. 3 Berita Hujatan Netizen Kepada Rachel Vennya	3
Gambar 1. 4 Profil instagram @temanbaik.rachelvennya	4
Gambar 1. 5 Data Pengguna Instagram.....	6
Gambar 1. 6 Konten @temanbaik.rachelvennya di Kampung Pemulung	8
Gambar 1. 7 Konten @temanbaik.rachelvennya di Kampung Nelayan	9
Gambar 4. 1 Profile Instagram @temanbaik.rachelvennya	35
Gambar 4. 2 Feeds Instagram @temanbaik.rachelvennya.....	36
Gambar 4. 3 Profile Instagram Rachel Vennya	37
Gambar 4.4 Feeds Instagram @temanbaik.rachelvennya.....	42
Gambar 4.5 Unggahan 17 April 2023 Pada Instagram @temanbaik.rachelvennya (Instagram temanbaik.rachelvennya)	56
Gambar 4.6 Feeds 7 Juni 2023 Pada Instagram @temanbaik.rachelvennya	62
Gambar 4. 7 Reels 7 Juni 2023 Pada Instagram @temanbaik.rachelvennya.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian	29
Tabel 4. 1 Awal Mengetahui Akun @temanbaik.rachelvennya	41
Tabel 4. 2 Posisi Khalayak.....	46
Tabel 4. 3 Posisi Khalayak.....	53
Tabel 4. 4 Posisi Interpretasi Khalayak Terhadap Konten @temanbaik.rachelvennya 17 April 2023	59
Tabel 4. 5 Posisi Interpretasi Khalayak Terhadap Konten @temanbaik.rachelvennya 7 Juni 2023	66

