



**INTERPRETASI KHALAYAK PADA KONTEN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @ipt\_trisakti SEBAGAI MEDIA PROMOSI (ANALISIS  
RESEPSI PADA INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI)**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan**

**Program Studi Magister ilmu Komunikasi**

**Oleh:**

**ANNISA NURULITA**

**UNIVERSITAS**

**MERCU BUANA**

**NIM. 55222110047**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**TAHUN AKADEMIK 2022/2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Annisa Nurulita  
NIM : 55222110047  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate & Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial Instagram @ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi (Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)

Jakarta, 18 Juli 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial  
Instagram @ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi  
(Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)

Nama : Annisa Nurulita

NIM : 55222110047

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Tanggal : 18 Juli 2024

Jakarta, 18 Juli 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si)

(.....)  
(.....)  
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial  
Instagram @ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi  
(Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)

Nama : Annisa Nurulita

NIM : 55222110047

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Tanggal : 18 Juli 2024

Jakarta, 18 Juli 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si)

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Annisa Nurulita  
NIM : 55222110047  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate & Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial Instagram @ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi (Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)

Jakarta, 18 Juli 2024  
Dosen Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Komunikasi

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

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu

(Dr. Heri Budianto, M Si)

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Annisa Nurulita  
NIM : 55222110047  
Program Studi : Magister Ilmu komunikasi

Dengan judul “Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial Instagram @ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi (Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 28 Juni 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 24%.

Jakarta, 01 Juli 2024

Administrator Turnitin



**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial Instagram  
@ipt\_trisakti Sebagai Media Promosi (Analisis Resepsi Pada Institut  
Pariwisata Trisakti)

Nama : Annisa Nurulita

N I M : 55222110047

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 18 Juli 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Juli 2024



(Annisa Nurulita)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan, atas segala karunia dan ridho-nya, sehingga tesis dengan judul “Interpretasi Khalayak Pada Konten Media Sosial Instagram @Ipt\_Trisakti Sebagai Media Promosi (Analisis Resepsi Pada Institut Pariwisata Trisakti)” dapat diselesaikan. Rasa Syukur tidak pernah lepas untuk selalu diucapkan atas nikmatnya yang berlimpah telah memberikan kemudahan dan petunjuk dalam menyelesaikan penyusunan tesis.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar magister ilmu komunikasi di Universitas Mercubuana Jakarta. Penulis selesaikan hasil penelitian tesis ini atas bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Terimakasih atas bantuan, serta dukungan baik secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam membantu menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Farid Farid.,S.Sos.,M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Heri Budianto.,M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.



3. Dr. Afdal Makkuraga Putra.,M.Si selaku dosen penelaah sidang tesis.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh dosen dan staf program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuannya.
6. Keluarga tercinta kepada Papa, Mama, Suami, dan anak-anak saya, terima kasih karena selalu memberikan dukungan selama menyelesaikan studi.
7. Fetty Asmaniati.,SE.,MM, Agus Riyadi,SST.Par.,M.Sc.,Ph,D, Dr. Nurbaeti, dan Dr Novita Widyastuti.,M.Par selaku pimpinan di Institut Pariwisata Trisakti terimakasih telah memberikan peluang untuk saya kuliah dan beasiswa untuk melanjutkan kuliah.
8. Reka-rekan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 42 di UMB Menteng, terimakasih atas dukungan serta bantuannya selama ini.
9. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat mencapai maksud yang diinginkan serta dapat menjadi tulisan yang berguna bagi semua pihak.

Jakarta, Juni 2024

Annisa Nurulita

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....	v
PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus penelitian .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14

1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	15
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Kajian Pustaka .....	40
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	40
2.2.2 New Media (Media Baru) .....	41
2.2.3 Instagram .....	44
2.2.4 Teori Resepsi.....	45
2.2.5 Teori Encoding-Decoding Stuart Hall.....	47
2.2.6 Resepsi Khalayak .....	51
2.3 Kerangka Pemikiran .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian .....	57
3.3 Subjek Penelitian .....	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60

3.4.1 Data Primer .....	60
3.4.2 Data sekunder .....	61
3.5 Teknik Analisis Data .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	64
4.1.1 Profil Institut Pariwisata Trisakti .....	64
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Institut Pariwisata Trisakti .....	66
4.1.3 Official Account Instagram Institut Pariwisata Trisakti.....	67
4.1.4 Postingan Dalam Account Instagram Institut Pariwisata Trisakti .....	68
4.2 Hasil Penelitian .....	70
4.2.1 Penerimaan Khalayak tentang konten media sosial terkait media promosi	71
4.2.2 Praktek Ideologi pada konten media sosial Instagram @ip_trisakti sebagai media promosi .....	78
4.3 Pembahasan Penelitian.....	84
4.3.1 Interpretasi Reproduksi Strategi Komunikasi Pemasaran Khalayak Pada Konten Instagram IP Trisakti .....	84
4.3.2 Gaya Hidup Konsumerisme Khalayak Sebagai Produksi dan Reproduksi Budaya Pada Konten Instagram IP Trisakti Sebagai Media Promosi ....	96
4.3.3 Koding Menggunakan Software Nvivo.....	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
5.2.1 Saran Akademis.....	107
5.2.2 Saran Praktis.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	115



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan.....	58
Tabel 4. 1 Posisi Penerimaan Khalayak .....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2023 .....	2
Gambar 1.2 Data Alasan Pengguna Media Sosial di Indonesia 2023 .....	3
Gambar 1.3 Data Pengguna Setiap platform Media Sosial di Indonesia 2023.....	4
Gambar 1.4 Screenshot Akun Instagram @ip_trisakti .....	5
Gambar 1.5 Screenshot konten akun instagram @ip_trisakti .....	6
Gambar 4. 1 Hasil olahan data wawancara konten instagram sebagai media promosi .....	99
Gambar 4. 2 Hasil olahan data Diagram Hierarki .....	102
Gambar 4. 3 Hasil olahan data Mind Map .....	104