

ABSTRAK

Dalam era digital, media sosial, khususnya Instagram, menjadi alat vital dalam pemasaran lembaga pendidikan seperti Institut Pariwisata Trisakti (IPT). IPT Trisakti memanfaatkan platform ini dengan akun @ip_trisakti yang menarik, edukatif, dan mengikuti tren. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisa interpretasi khalayak terhadap konten media sosial instagram @ipt_trisakti sebagai media promosi, mendiskripsi dan menganalisis praktek ideologi pada konten media sosial instagram @ipt_trisakti sebagai media promosi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknis analisis data dengan pendekatan kualitatif diaplikasikan dengan menggunakan bantuan software NVivo Pro 12. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian resepsi khalayak yang menggunakan teori Stuart Hall terkait encoding dan decoding dan teori resepsi. Dengan teori ini penulis akan melihat bagaimana khalayak menginterpretasikan pesan menurut bentuk pembaca khalayak apakah khalayak melakukan pembacaan hegemonik, negosiasi atau oposisi terhadap pesan yang disampaikan melalui konten-konten promosi pada media instagram. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis resepsi. Menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tidak sekedar menerima konten yang disampaikan, mereka aktif mendekode dan memaknainya, menyesuaikan dengan pengalaman dan konteks sosial mereka. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya memahami variasi resepsi khalayak dalam mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran digital.

Kata Kunci: Penerimaan khalayak, Instagram, Ideologi, Teori Stuart Hall

ABSTRACT

In the digital era, social media, especially Instagram, has become vital in marketing educational institutions such as the Trisakti Tourism Institute (IPT). IPT Trisakti utilizes this platform with the @ip_trisakti account, which is exciting and educational and follows trends. This research aims to analyze the audience's interpretation of Instagram social media content @ipt_trisakti as promotional media and describe and analyze ideological practices in Instagram @ipt_trisakti social media content as promotional media. This research uses a constructivist paradigm. Technical data analysis using a qualitative approach was applied using NVivo Pro 12 software. This audience reception research uses Stuart Hall's theory regarding encoding and decoding and reception theory. With this theory, the author will look at how audiences interpret messages according to the form of audience reading, whether audiences carry out hegemonic reading, negotiation, or opposition to messages conveyed through promotional content on Instagram media. The analysis method used is reception analysis. Using in-depth interviews, observation, and literature study. The research results show that students do not just accept the content presented. They actively decode and interpret it, adapting it to their experiences and social context. These findings underscore the importance of understanding variations in audience reception in optimizing digital marketing communications strategies.

Keywords: *Audience acceptance, Instagram, Ideology, Stuart Hall theory*