



**ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@sehataqua DALAM MENGHADAPI BOIKOT PRODUK PRO-
ISRAEL**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nadia Citra Putri

44220010045

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERTANYAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Citra Putri

NIM : 44220010045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Media Sosial Instagram @Sehataqua
Dalam Menghadapi Boikot Produk Pro Israel

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Juli 2025

Yang menyatakan,



10000
GABERAI
TEMPER
36820AMX392047907

Nadia Citra Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nadia Citra Putri
NIM : 44220010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Media Sosial Instagram
@Sehataqua Dalam Menghadapi Boikot
Produk Pro Israel

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si ()
NIDN : 0310107103
Ketua Penguji : Dr. A. Rahman HI, M.Si ()
NIDN : 0330126403
Penguji Ahli : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si ()
NIDN : 0306047001

Jakarta, 4 Juli 2025

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 : Nadia Citra Putri

NIM : 44220010045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Media Sosial Instagram @Sehataqua Dalam Menghadapi Boikot Produk Pro Israel

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalth-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.

Jakarta, 4 Juli 2025

Yang menyatakan,



Nadia Citra Putri

ABSTRAK

Nama : Nadia Citra Putri
NIM : 44220010045
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Konten Media Sosial Instagram
@Sehataqua Dalam Menghadapi Boikot Produk Pro
Israel
Pembimbing : Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

Pada Akhir tahun 2023, Merek air minum dalam kemasan AQUA diduga terafiliasi perusahaannya dengan Israel. Penelitian ini menganalisis konten yang diunggah oleh AQUA melalui media sosial Instagram dalam menghadapi isu boikot produk pro-Israel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan komunikasi dibentuk dan dibingkai oleh AQUA guna menjaga citra dan kepercayaan publik. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis isi dan teori *Framing* dari Gamson & Modigliani. Data diperoleh melalui dokumentasi unggahan feed Instagram @sehataqua tanpa wawancara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AQUA menggunakan strategi *Framing* dengan elemen simbolik nasionalisme, penggunaan warna merah putih, dan narasi kemanusiaan untuk membingkai pesan mereka. Perusahaan tidak secara langsung menanggapi isu geopolitik, namun membangun narasi alternatif yang menekankan nilai kebangsaan, solidaritas, dan kepedulian sosial. Strategi ini dilakukan untuk meredam tekanan publik serta menjaga loyalitas konsumen di tengah krisis citra. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat penting dalam membentuk opini publik melalui pesan visual dan simbolik yang disusun secara strategis. AQUA berhasil mempertahankan citra sebagai merek lokal yang berpihak pada nilai-nilai masyarakat Indonesia.

Kata Kunci : Komunikasi Media Sosial, *Framing*, AQUA, Boikot, Citra Merek

ABSTRACT

Name : Nadia Citra Putri
NIM : 44220010045
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Content Analysis of Instagram @Sehataqua in Responding to the Boycott of Pro-Israel Products
Counsellor : Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

At the end of 2023, the bottled water brand AQUA was suspected of being affiliated with companies linked to Israel. This study analyzes the content posted by AQUA on its Instagram account in response to the boycott of pro-Israel products. The aim of this research is to examine how communication messages were constructed and framed by AQUA to maintain its public image and trust. This study employs a qualitative method using content analysis and the framing theory of Gamson & Modigliani. Data were collected through documentation of feed posts on the Instagram Account @sehataqua, without conducting direct interviews. The findings show that AQUA employed a framing strategy using symbolic elements of nationalism, the use of red and white colors, and humanitarian narratives to shape its messages. Rather than directly addressing geopolitical issues, the company built alternative narratives that emphasized national identity, solidarity, and social concern. This strategy was used to mitigate public pressure and maintain consumer loyalty during a reputational crisis. The study demonstrates that social media can be a powerful tool for shaping public opinion through strategically constructed visual and symbolic messages. AQUA successfully maintained its image as a local brand aligned with the values of the Indonesian public.

Keyword: Social Media Communication, Framing, AQUA, Boycott, Brand Image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Analisis Konten Media Sosial Instagram @Sehataqua Dalam Menghadapi Boikot Produk Pro-Israel”** ini tepat pada waktunya. Saya yakin masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Hubungan Masyarakat. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan berharga dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, dari lubuk hati yang paling dalam peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Afdal Makkuraga Putra., M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah bersedia dan sabar memberikan bimbingan selama penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid U., S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

4. Allah SWT, Yang telah memberikan penulis kesehatan, akal sehat, kekuatan serta karunia-Nya untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini
5. Wahyudi Gunanto dan Maeti selaku Orang Tua yang hebat, yang telah memberikan cinta, doa, serta dukungan moral dan material yang tiada henti. Serta adik-adik penulis, Sazkia Putri Ramadhani dan Syaquilla Humaira Putri Wahyudi, yang selalu menjadi penyemangat dan sumber kebahagiaan dalam perjalanan penulis.
6. Muhammad Hafizh Fadhlurrahman, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan semangat di setiap proses perjalanan akademik ini. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis, Deliana Savira, Nabila Dyandra Putri, Nur Azizah Alfianti, Yolanda Dania, Velisanuddin Febriyanti, yang senantiasa menemani, memberikan tawa, dan menjadi tempat berbagi cerita selama menyusun skripsi ini.
7. Tak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, yang telah berusaha keras, tetap bertahan, dan tidak menyerah, hingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga akhir.

Penulis mengharapkan isi dari Proposal Skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat bagi para pembaca serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

Jakarta, 4 Juli 2025

Nadia Citra Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERTANYAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS.....	iv
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teoritis	17
2.2.1. <i>Theory of Message Production</i>	17
2.2.2. Media Baru	19
2.2.3. Instagram	24
2.2.4. Konten.....	25
2.2.5. Analisis Isi	27
2.2.6. Analisis <i>Framing</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32

3.1.	Paradigma Penelitian	32
3.2.	Metode Penelitian	33
3.3.	Unit Analisis	37
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.	Teknik Analisis Data	43
3.6.	Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2.	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1.	<i>Framing</i> Konten Media Sosial 1.....	47
4.2.2.	<i>Framing</i> Konten Media Sosial 2.....	51
4.2.3.	<i>Framing</i> Konten Media Sosial 3.....	54
4.2.4.	<i>Framing</i> Konten Media Sosial 4.....	57
4.2.5.	<i>Framing</i> Konten Media Sosial 5.....	60
4.3.	Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Saran.....	71
5.2.1.	Saran Akademis	71
5.2.2.	Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.2.1. Tabel Struktur <i>Framing Devices</i>	34
Tabel 3.2.2. Tabel Struktur <i>Reasoning Devices</i>	36
Tabel 3.3.1. Tabel Kategori.....	38
Tabel 3.3.2. Tabel Unit Analisis	41
Tabel 4.2.1. Analisis <i>Framing</i> 1 Terhadap Elemen-elemen	49
Tabel 4.2.2. Analisis <i>Framing</i> 2 Terhadap Elemen-elemen	52
Tabel 4.2.3. Analisis <i>Framing</i> 3 Terhadap Elemen-elemen	55
Tabel 4.2.4. Analisis <i>Framing</i> 4 Terhadap Elemen-elemen	58
Tabel 4.2.5. Analisis <i>Framing</i> 5 Terhadap Elemen-elemen	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile Instagram @sehataqua	5
Gambar 2.1 Teori Produksi Pesan.....	17
Gambar 4.2.1 Konten Media Sosial 1	47
Gambar 4.2.2 Konten Media Sosial 2	51
Gambar 4.2.3 Konten Media Sosial 3	54
Gambar 4.2.4 Konten Media Sosial 4	57
Gambar 4.2.5 Konten Media Sosial 5	60

