

KOMUNIKASI EMPATIK PADA INSTAGRAM

(Analisis Isi Kuantitatif pada Instagram *Partners_In_Goodness*)

SKRIPSI



Oleh :

DINI MIA HOLAUNA

NPM. 1643010022

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN LISAN

KOMUNIKASI EMPATIK PADA INSTAGRAM

(Analisis Isi Kuantitatif pada Instagram *Partners_In_Goodness*)

Disusun Oleh :

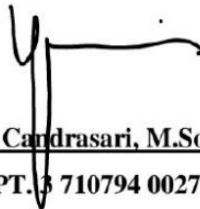
DINI MIA HOLAUNA

NPM. 1643010022

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Yuli Candrasari, M.Sos, M.Si

NPT. 3 710794 00271

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Drs. Ec. GENDUT SUKARNO. MS. CHRA

NPT. 19590701 1987 031001

KOMUNIKASI EMPATIK PADA INSTAGRAM
(Analisis Isi Kuantitatif pada Instagram *Partners_In_Goodness*)

Disusun Oleh:
DINI MIA HOLAUNA
1643010022

Telah diperhatikan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 17 April 2021

PEMBIMBING



Dr. Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si
NPT. 6 710794 00271

TIM PENGUJI

1. Ketua




Dr. Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si
NPT. 3 710794 00271

2. Sekertaris



Irwan Dwi A., S.Sos, M.Ikom
NPT. 3 7006 94 00351

3. Anggota



Syifa Svarifah A., S.Sos, M.Commun
NPT. 3 7401 99 01711

DEKAN

Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NPT. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KOMUNIKASI EMPATIK PADA INSTAGRAM” (Analisis Isi Kuantitatif Instagram *Partners_In_Goodness*) dengan lancar.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu penulis menemui hambatan dan sebuah tantangan. Sehingga penulis sepenuhnya sadar, apabila dalam penulisan pada penelitian ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. DR. Yuli Candrasari, S.Sos, MSi selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UPN”Veteran” Jatim dan dosen pembimbing Skripsi penulis.
3. Dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan
4. Ayah, Ibu, dan Seluruh Keluarga terimakasih atas doa yang terbaik, serta semangat dan kasih sayang yang sangat besar.
5. Sahabat Gurun (Wang Putri, Nabkam, Ica, Trisia, Sherren, Nabila, Ame, Rhydea, Alfiah) yang saling mendukung, membantu dan memberikan hiburan dalam proses perkuliahan serta mengerjakan skripsi bersama.

6. Preman Kos Prof.Di (Yulita, Rifdah, Marisa) yang juga saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi bersama.
7. Keluarga Besar Badan Pengurus Harian UPN Televisi angkatan 15 yang saling mendukung dan membantu dalam pengerjaan skripsi serta memberikan hiburan kepada penulis ketika sudah merasa lelah.
8. Mbak Atiqah dan Mbak Anindya (Alumni Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur) yang sudah banyak membantu dan memberikan arahan untuk penelitian ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Surabaya, 14 April 2021

Penulis

DINI MIA HOLAUNA

ABSTRAK

DINI MIA HOLAUNA, KOMUNIKASI EMPATIK PADA INSTAGRAM (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram *Partners_In_Goodness*)

Instagram merupakan media yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak. Beberapa orang menggunakan instagram sebagai media untuk kampanye sosial seperti penggalangan dana yang dilakukan oleh akun instagram *Partners_In_Goodness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi empatik yang banyak digunakan pada akun instagram *Partners_In_Goodness*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis isi dengan pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi isi berupa gambar, video, maupun *caption* yang terdapat dalam postingan. Kategorisasi dalam penelitian ini adalah empat aspek empati Mark Davis yaitu *Perspective Taking*, *Fantasy*, *Empathic Concern*, dan *Personal Distress*. Hasil penelitian ini yaitu komunikasi empatik yang banyak terdapat pada instagram *Partners_In_Goodness* adalah aspek empati *Perspective Taking* dan *Empathic Concern*. Karena dalam postingan aspek empati *Perspective Taking* memuat kisah pilu seseorang. Selanjutnya, aspek *Empathic Concern*, karena postingan yang dimuat mengandung kegiatan nyata dari komunitas untuk memberikan bantuan kepada seseorang yang membutuhkan. Dengan *caption* dan postingan yang dibuat dapat menarik empatik para *followers* nya untuk turut membantu dalam bentuk materi maupun tenaga mereka.

Kata Kunci :Instagram, *Partners_In_Goodness*, Komunikasi Empatik, Aspek Empati Mark Davis.

ABSTRACT

DINI MIA HOLAUNA, EMPATIC COMMUNICATION ON INSTAGRAM (Quantitative Content Analysis of Partners_In_Goodness Instagram Account)

Instagram is a very effective medium in disseminating information to audiences. Some people use Instagram as a medium for social campaigns such as fundraising that conducted by Partners_In_Goodness instagram account. This study aims to determine the empathic communication that is widely used on the Partners_In_Goodness Instagram account. The research method used in this research is content analysis with a quantitative approach to identify and quantify the content in the form of images, videos, and captions contained in posts. The categorization in this study is four aspects of Mark Davis's empathy, namely Perspective Taking, Fantasy, Empathic Concern, and Personal Distress. The result of this research is the empathic communication that is mostly found in the Partners_In_Goodness Instagram account is the aspect of empathy Perspective Taking and Empathic Concern. Because the empathy aspect of Perspective Taking, contains a person's sad story and the aspect of Empathic Concern contained real activities from the community to help someone in need. With the captions and posts that are made, Partners_In_Goodness Instagram account can attract empathy from their followers to help in the form of their material and energy.

Keywords: Instagram, Partners_In_Goodness, Empathic Communication, Mark Davis's Aspects of Empathy

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	14

2.2.1 <i>New Media</i>	14
2.2.2 Media Sosial.....	16
2.2.2.1 Jenis-Jenis Media Sosial	17
2.2.2.2 Karakteristik Media Sosial	18
2.2.3 Instagram sebagai Media Sosial	21
2.2.3.1 Fitur-Fitur Instagram.....	22
2.2.4 Empati.....	23
2.2.4.1 Definisi Empati.....	23
2.2.4.2 Faktor-faktor Empati.....	25
2.2.4.3 Komponen-komponen Empati.....	27
2.2.4.4 Aspek-aspek Empati	28
2.2.5 Komunikasi Empati	31
2.3 Kerangka Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40

3.4 Kategorisasi.....	41
3.5 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel Penelitian	43
3.5.1 Unit Analisis.....	43
3.5.2 Populasi.....	44
3.5.3 Sampel.....	45
3.6 Sumber Data.....	46
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8 Metode Analisis Data	49
3.9 Uji Reliabilitas dan Uji Validasi	50
3.10 Profil Hakim.....	51
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Kategorisasi Komunikasi Empatik	53
4.3 Penyajian Data dan Analisi Data.....	54
4.3.1 Hasil Uji Realiabilitas.....	55
4.3.2 Uji Validitas	57
4.3.3 Penyajian Data Aspek <i>Perspective Taking</i>	58
4.3.2 Penyajian Data Aspek <i>Empathic Concern</i>	73

4.4 Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103
LAMPIRAN	103
POSTINGAN INSTAGRAM <i>PARTNERS_IN_GOODNESS</i>	104
LEMBAR KODING (Koder 1)	106
LEMBAR KODING (Koder 2)	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Postingan Akun <i>Partners_In_Goodness</i>	6
Gambar 1.4 <i>Average Engagement Rate</i> Akun <i>Partners_In_Goodness</i>	7
Gambar 1.5 <i>Average Engagement Rate</i> Akun <i>Kitabisa.com</i>	8
Gambar 4.1 Postingan Tentang Kisah Seseorang Mengalami Musibah Tanah Longsor	59
Gambar 4.2 Postingan Tentang Kisah Seseorang Mengalami Musibah Banjir Karawang	61
Gambar 4.3 Postingan Tentang Kisah Seseorang Mengalami Musibah Teror Bom di Luar Negeri.....	62
Gambar 4.4 Postingan Tentang Kisah Perjuangan Seseorang Abah Zaka Penjual Kue Pancong dan Gonjing.....	64
Gambar 4.5 Postingan Tentang Kisah Perjuangan Seseorang Abah Anang Penjual Donat.....	65
Gambar 4.6 Postingan Tentang Kisah Para Pulu Anak di Panti Asuhan.....	68
Gambar 4.7 Postingan Tentang Kisah Anak-Anak Panti Asuhan	70

Gambar 4.8 Postingan Tentang Kisah Para Dhuafa Yang Bahagia Diberikan Bantuan	71
Gambar 4.9 Postingan Tentang Kegiatan Komunitas Donasi Banjir	74
Gambar 4.10 Postingan Tentang Kisah Relawan dalam Mmembantu Evakuasi Banjir.....	75
Gambar 4.11 Postingan Tentang Kegiatan PING dalam menyalurkan Donasi Kepada Ki Saman	77
Gambar 4.12 Postingan Tentang Kegiatan PING dalam menyalurkan Donasi Kepada Abah Iyong	79
Gambar 4.13 Postingan Tentang Kegiatan PING dalam menyalurkan Donasi Kepada Abah Kandi.....	80
Gambar 4.14 Postingan Tentang Kegiatan PING dalam menyalurkan Bantuan Sembako Kepada Dhuafa	82
Gambar 4.15 Postingan Tentang Kegiatan PING dalam menyalurkan Bantuan Sembako Kepada Dhuafa	83
Gambar 4.16 Postingan Tentang Kegiatan Sosial PING Membukan Warung Bayar Seribu Khusus Dhuafa	84
Gambar 4.17 Postingan Tentang Kegiatan Sosial PING Membukan Warung Bayar Seribu Khusus Dhuafa	85

Gambar 4.18 Postingan Tentang Kegiatan Sosial PING Memberikan Bantuan Alat Kesehatan	87
Gambar 4.19 Postingan Tentang Kegiatan Sosial PING Memberikan Bantuan Alat Kesehatan	88
Gambar 4.20 Postingan Tentang Kegiatan Sosial PING Memberikan Bantuan Alat Kesehatan	90

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	35
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aspek Empati.....	44
Tabel 3.2 Lembar Koding	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.3 Tabel Frekuensi Aspek <i>Perspective Taking</i>	59
Tabel 4.4 Tabel Frekuensi Aspek <i>Empathic Concern</i>	74