

**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP POSTINGAN *INFLUENCER*
@RACHELVENYA DI INSTAGRAM PASCA LEPAS HIJAB**

SKRIPSI



OLEH :


**ANISATUL AFIFA
NPM.17043010048**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP POSTINGAN INFLUENCER
@RACHELVENNYA DI INSTAGRAM PASCA LEPAS HIJAB**

Disusun oleh :



ANISATUL AFIFA
NPM. 17043010048

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui
PEMBIMBING


Drs. Kusnarto, M. Si
NIP. 195808011984021001

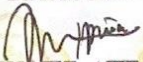
Mengetahui
DEKAN FISIP


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

LEMBAR PENGESAH


**PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP POSTINGAN INFLUENCER
@RACHELVENNYA DI INSTAGRAM PASCA LEPAS HIJAB**

Disusun oleh:


ANISATUL AFIFA
NPM. 17043010048

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 27 Mei 2022

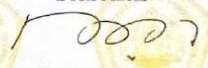
PEMBIMBING UTAMA


Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 19580801 198402 1001

TIM PENGUJI

1. **Ketua**

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 19580801 198402 1001

2. **Sekretaris**

Dra. Sumardijati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

3. **Anggota**

Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom
NIP. 19850103 2018 032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP POSTINGAN INFLUENCER @RACHELVENYA DI INSTAGRAM PASCA LEPAS HIJAB”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Kusnarto, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis. Penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa moral, spiritual maupun materi. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Kepada Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak dan mamak, yang tidak berhenti memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan dalam berbagai hal untuk penulis.
3. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Yuli Candrasari, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Kusnarto, M. Si, selaku Dosen Wali peneliti dan juga Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu, membimbing, serta meluangkan waktunya untuk penulis.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

7. Keluarga, yang selalu memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis.
8. Nadia, Dewi, dan Vina yang selalu memberikan dukungan semangat dengan pesan-pesan inspiratif kepada penulis.
9. Teman-teman grup kuliah Sarang Tawon yang selalu sama-sama memberikan semangat dan do'a melalui grub Whatsaap.
10. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi satu angkatan yang telah meluangkan waktu membalas dan menjelaskan kepada penulis ketika bertanya terkait skripsi.
11. Serta semua sahabat dan teman penulis yang sudah baik kepada penulis, dimanapun kalian berada.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, 2021

Penulis

| | |
|------------------------------------|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| ABSTRAK | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 15 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 16 |
| 1.4.1 Secara Praktis | 16 |
| 1.4.2 Secara Teoritis | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.2 Landasan Teori | 24 |
| 2.2.1 <i>New Media</i> | 24 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.2 Media Sosial Instagram | 25 |
| 2.2.2.1 Fitur-fitur pada Instagram | 27 |
| 2.2.2.2 Tipe/Jenis Akun pada Instagram..... | 29 |
| 2.2.3 Influencer di Era Digital..... | 29 |
| 2.2.3.1 indikator Influencer..... | 32 |
| 2.2.3.2 Kategori Influencer | 33 |
| 2.2.3.3 Peran Influencer | 34 |
| 2.2.4 Followers Akun Instagram @rachelvenya | 35 |
| 2.2.5 Persepsi..... | 36 |
| 2.2.5.1 Proses Terjadinya Persepsi | 38 |
| 2.2.5.2 Jenis-jenis Persepsi | 39 |
| 2.2.5.3 Hal-hal yang Mempengaruhi Persepsi | 40 |
| 2.2.5.4 Faktor-faktor yang Membentuk Persepsi..... | 42 |
| 2.2.6 Bentuk-bentuk Persepsi..... | 43 |
| 2.2.7 Teori Perbedaan Individu (<i>Individual Differences Theory</i>) | 44 |
| 2.3 Kerangka Berpikir..... | 46 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 48 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 48 |
| 3.2 Definisi Konseptual | 50 |
| 3.2.1 Persepsi..... | 50 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.2 Influencer | 50 |
| 3.2.3 Followers Instagram @rachelvenya | 51 |
| 3.3 Informan..... | 51 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 51 |
| 3.5 Jenis Sumber Data..... | 53 |
| 3.6 Lokasi Penelitian..... | 53 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 53 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 56 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 57 |
| 4.1.1 Akun Instagram @rachelvennya | 57 |
| 4.1.2 Profil Singkat Rachel Venny Roland | 59 |
| 4.1.3 Postingan Akun Instagram @rachelvennya | 61 |
| 4.1.4 Gambaran <i>Followers</i> Akun Instagram @rachelvennya | 62 |
| 4.2 Identitas Informan..... | 65 |
| 4.3 Penyajian dan Analisis Data | 75 |
| 4.3.1 Pengetahuan <i>Followers</i> Terhadap <i>Influencer</i> Rachel Venny | 76 |
| 4.3.2 Penerimaan Informan Mengenai Label <i>Influencer</i> Pada Rachel Venny | 78 |
| 4.3.3 Akun Instagram @rachelvennya Menyajikan Informasi Baru Kepada <i>Followers</i> | 80 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel II-1 Perbandingan penelitian terdahulu..... | 23 |
|---|----|

ABSTRAK

Instagram menjadi media sosial yang cukup diminati oleh masyarakat karena kemudahan penggunaannya, dari kemudahan ini lahirlah fenomena baru yaitu *influencer*. Penelitian ini didasari dengan adanya pro dan kontra *followers* dari adanya postingan lepas hijab pada akun instagram @rachelvennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi *followers* terhadap adanya postingan *influencer* @rachelvennya di instagram pasca lepas hijab. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena tertentu dengan secara jelas dan terperinci. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori perbedaan individual (*individual differences theory*) yang digunakan untuk menjelaskan bahwa setiap individu memiliki persepsi atau pandangan yang beragam karena terdapat tatanan psikologis dalam diri setiap individu. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pandangan dari *followers* terhadap postingan tersebut, yaitu terdapat *followers* dengan sudut pandang lebih menyayangkan dan menghargai serta *followers* yang memiliki sudut pandang negatif dengan merasa kecewa dan *lost respect* terhadap *influencer* Rachel Vennya. hal tersebut dikarenakan adanya *frame of reference* dan *field of experience* dalam diri tiap informan.

Kata Kunci : Persepsi, *Followers*, *Influencer*, Instagram

ABSTRACT

Instagram is a social media that is quite in demand by the public because of its ease of use, from this convenience a new phenomenon was born, namely influencers. This research is motivated by the pros and cons of followers who post hijabs on their @rachelven Instagram account. This study aims to find out how followers perceive the post of influencer @rachelven on Instagram after removing the hijab. The method used in this research is a qualitative descriptive method which aims to explain certain phenomena clearly and in detail. The theory used in this study is the individual difference theory which is used to explain that each individual has different perceptions or views because there is a psychological order within each individual. In this study, the data collection technique used was through in-depth interviews. The results of this study indicate that there are differences in the views of followers on the post, namely there are followers with a more regretful and appreciative point of view and followers who have a negative point of view by feeling disappointed and losing respect for influencer Rachel Ven. This is due to the existence of a frame of reference and field experience within each informant.

Keywords : Perception, followers, influencers, instagram