

**ANALISIS RESEPSI KARYAWAN JAKARTA TERHADAP
KONTEN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

@tokokopituku

SKRIPSI



OLEH:

ADELLA PUTRI MACHARANI

19043010091

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS RESEPSI KARYAWAN JAKARTA TERHADAP KONTEN
PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tokokopituku

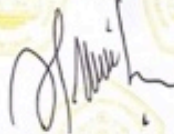
Disusun oleh:



Adella Putri Macharani
19043010091

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,

PEMBIMBING



Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP




Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN


ANALISIS RESEPSI KARYAWAN JAKARTA TERHADAP KONTEN
PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tokokopituku

Disusun oleh:

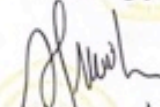

Adella Putri Macharani
19043010091

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 07 Desember 2023

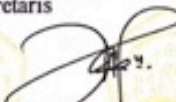
Pembimbing


Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001


Tim Penguji
1. Ketua


Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

2. Sekretaris


Hanna Nurhaqqi, S.I.P, M.A.
NIP. 199211202022032013

3. Anggota


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

Mengetahui
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adella Putri Macharani
NPM : 19043010091
Fakultas /Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Analisis Resepsi Karyawan Jakarta Terhadap Konten Promosi Media Sosial Instagram @tokokopituku

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 7 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Adella Putri Macharani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada kehadiran Allah SWT serta tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS RESEPSI KARYAWAN JAKARTA TERHADAP KONTEN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tokokopituku”**.

Melalui penyusunan skripsi ini tentunya peneliti sadar akan banyaknya ditemukan kekurangan serta keterbatasan oleh sebab itu peneliti memerlukan banyak saran serta kritik yang membangun agar menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Selanjutnya peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak berikut ini yang telah memberikan banyak dukungan, karena tentunya peneliti mengalami beberapa hambatan serta kesulitan, namun berkat bimbingan serta dukungan dari pihak-pihak berikut pada akhirnya semua hambatan dan kesulitan tersebut dapat teratasi dengan baik.

1. Kepada Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW yang paling besar andilnya dalam proses awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan,
2. Kepada kedua Orang Tua peneliti, Adik dan keluarga lainnya yang selalu memberikan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, baik dukungan moral ataupun materil,
3. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
4. Ibu Dr. Syafrida N. F., S. Sos, M. Med.Kom selaku Kepala Progam Studi Ilmu Komunikasi,
5. Ibu Heidy Arviani, S.sos, M.A selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi yang dengan penuh semangat membantu dan membimbing penulis menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini,

6. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi (FISIP) UPN “Veteran” Jawa Timur,
7. Terima kasih kepada Ajeng Saskitasari yang sudah membantu menyelesaikan skripsi ini,
8. Terima kasih kepada rekan-rekan kerja Bali United yang sudah membantu untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.

Bantuan yang diberikan baik berupa doa maupun motivasi serta pengalaman selama proses pengerjaan proposal skripsi ini semoga menjadi lading kebaikan serta skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pembaca secara umum dan peneliti secara khusus. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Surabaya, 14 September 2023

Peneliti

Adella Putri Macharani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Media Sosial	14
2.2.2 Konten Media Sosial Instagram	19
2.2.3 Gaya Hidup dan Konsumsi Minuman Masyarakat Urban	22
2.2.4 Karyawan.....	25
2.2.5 Minat Karyawan Terhadap Kopi	27
2.2.6 Konsumsi Kopi Tuku.....	28
2.2.7 Profil Kopi Tuku.....	30
2.2.8 Analisis Resepsi Khalayak	33
2.2.9 Teori Encoding-Decoding Stuart Hall	36
2.3 Kerangka Berpikir.....	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40

3.2 Definisi Konseptual.....	41
3.2.1 Konten Media Sosial.....	41
3.2.2 Urban Coffee.....	41
3.2.3 Analisis Resepsi.....	41
3.2.4 Konsumsi Kopi Tuku oleh Karyawan	42
3.3 Informan Penelitian.....	42
3.4 Lokasi Penelitian.....	44
3.5 Unit Analisis	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.1 Wawancara.....	45
3.6.2 Observasi	46
3.6.3 Dokumentasi	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
BAB IV.....	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2 Penyajian Data Informan.....	50
4.3 Penyajian dan Analisis Data	52
4.3.1 Resepsi Karyawan Jakarta Terkait Konten-Konten yang Diunggah Oleh @tokokopituku	53
4.3.2 Resepsi Karyawan Jakarta Terkait Kelengkapan Informasi Produk di Instagram @tokokopituku	57
4.3.3 Resepsi Karyawan Jakarta Terkait Keakuratan dan Kelengkapan Informasi di dalam Konten Instagram @tokokopituku	60
4.3.4 Resepsi Karyawan Jakarta Terhadap #TukuTiapHari yang diunggah di Instagram @tokokopituku	63
4.3.5 Resepsi Karyawan Jakarta Terkait Konten “Kemasan Baru Kopi Tuku” di Instagram @tokokopituku	65
4.3.6 Resepsi Keinginan Membeli Produk Setelah Melihat Konten di Instagram @tokokopituku	71
4.4 Pembahasan Penelitian	74
BAB V	84
KESIMPULAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	xi
LAMPIRAN	xiv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Wilayah Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia	4
Gambar 4. 1. Profile Instagram Kopi Tuku	49
Gambar 4. 2. Konten Instagram @tokokopituku.....	54
Gambar 4. 3. Konten #TUKUTIAPHARI.....	63
Gambar 4. 4. Konten Kemasan Baru Kopi Tuku	65
Gambar 4. 5. Kemasan Baru Kopi Tuku	66
Gambar 4. 6. Komentar di <i>Posting</i>-an Kemasan Baru @tokokopituku.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4. 1. Identitas Informan	51
Tabel 4. 2. Posisi Informan	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	xiv
Lampiran 2 Hasil Transkrip Wawancara	xv
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	xxx

ABSTRAK

Abstrak

Perkembangan teknologi membuat penggunaan media sosial melekat dengan aktivitas manusia. Saat ini, media sosial tidak saja menjadi media informasi, melainkan juga sebagai media promosi yang digunakan oleh individu dan pelaku usaha. Instagram menjadi media sosial yang banyak memiliki pengguna dan digunakan sebagai media informasi dan promosi. Hal ini didukung oleh kelengkapan fitur yang dimiliki oleh Instagram yang banyak disukai berbagai pihak. Pada penelitian ini membahas bagaimana Resepsi Karyawan Jakarta terhadap Konten Promosi Media Sosial Instagram Kopi Tuku. Bagaimana pesan yang disampaikan lewat konten Instagram @tokokopituku dimaknai oleh Karyawan Jakarta sebagai penikmat kopi. Pesan tersebut dimaknai dan digolongkan ke dalam 3 kategori sesuai dengan Teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall, yaitu *Dominant Hegemonic Position*, *Negotiated Position* dan *Opposition Position*.

Hasil penelitian menunjukkan posisi resepsi yang berbeda-beda dari berbagai informan terhadap konten-konten yang ada di Instagram @tokokopituku. Para informan yang berada di posisi dominan memaknai pesan yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Kopi Tuku. Informan yang ada di posisi negosiasi memaknai pesan yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Kopi Tuku, namun mereka juga memiliki pandangan tersendiri akan pesan tersebut. Informan yang berada di posisi oposisi memiliki makna yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh Kopi Tuku. Para informan tidak menemukan informasi yang detail terkait produk di Instagram @tokokopituku.

Kata Kunci: Resepsi, *Encoding-Decoding*, Instagram, Kopi Tuku, Konten.

ABSTRACT

Abstract

Technological developments have made the use of social media closely linked to human activity. Currently, social media is not only an information medium, but also a promotional medium used by individuals and business actors. Instagram is a social media that has many users and is used as a medium for information and promotion. This is supported by the complete features that Instagram has which are liked by many parties. This research discusses the reception of Jakarta employees towards Kopi Tuku Instagram Social Media Promotional Content. How the message conveyed via Instagram content @tokokopituku is interpreted by Jakarta employees as coffee lovers. The message is interpreted and classified into 3 categories according to Stuart Hall's Encoding-Decoding Theory, namely Dominant Hegemonic Position, Negotiated Position and Opposition Position.

The research results show different reception positions from various informants regarding the content on Instagram @tokokopituku. The informants who were in dominant positions interpreted the same message as what was conveyed by Kopi Tuku. Informants who were in a negotiating position interpreted the same message as that conveyed by Kopi Tuku, but they also had their own views on the message. Informants who are in opposition positions have different meanings from the message conveyed by Kopi Tuku. The informants did not find detailed information regarding the product on Instagram @tokokopituku.

Keywords: *Reception, Encoding-Decoding, Instagram, Kopi Tuku, Content.*