

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI  
STRATEGI SOCIAL MEDIA DALAM MENANGGULANGI  
ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**YASMIN SALWA**  
**NPM: 20043010099**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI  
STRATEGI *SOCIAL MEDIA* DALAM MENANGGULANGI ISU  
BOIKOT AFILIASI ISRAEL**

**Disusun oleh:**

**Yasmin Salwa**  
**NPM 20043010099**

**Telah disetujui mengikuti ujian skripsi  
Menyetujui  
PEMBIMBING**

  
**Dra. Dyva Claretta, M.Si**  
**NIP. 196601072021212001**

**Mengetahui  
DEKAN FISIP**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP.196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI STRATEGI SOCIAL MEDIA DALAM MENANGGULANGI ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL**

**Disusun Oleh:**

**Yasmin Salwa**  
**20043010099**

**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 25 Juni 2024**

**Pembimbing**

**Dra. Dyva Claretta, M.Si**  
**NIP. 196601072021212001**

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

**Dra. Dyva Claretta, M.Si**  
**NIP. 196601072021212001**

**2. Sekretaris**

**Augustin M. Chairil S.IKom., M.A.**  
**NIP. 199308082022032016**

**3. Anggota**

**Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom**  
**NIP. 198501082018032001**

**Mengetahui,**  
**DEKAN FISIP**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yasmin Salwa  
NPM : 20043010099  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA  
SEBAGAI STRATEGI SOCIAL MEDIA DALAM  
MENANGGULANGI ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL

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, 8 Juli 2024

Yang Menyatakan

  
  
(Yasmin Salwa)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI STRATEGI *SOCIAL MEDIA* DALAM MENANGGULANGI ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL”**. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi.

Dalam prosesnya, peneliti tentu didorong dengan usaha dan dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat menyusun skripsi dengan baik. Terutama kepada ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si selaku dosen pembimbing peneliti yang telah meluangkan banyak waktunya serta ilmunya dalam proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya, berkat bimbingan beliau skripsi ini bisa terselesaikan
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah membagikan ilmunya serta membimbing peneliti selama berada di bangku perkuliahan

5. Kedua orang tua dan saudara peneliti yang terus memberikan doa dan dukungan
6. Teman-teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namun doa dan dukungannya selalu tersampaikan

Peneliti menyadari dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk penelitian yang lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Surabaya. 12 Juni 2024  
Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian terdahulu .....	8
2.2 Kajian Pustaka.....	12
2.2.1 Strategi <i>Social Media</i> .....	12
2.2.1.1 <i>Social Media</i> bagi <i>Public Relations</i> .....	14
2.2.2 Instagram.....	17
2.2.3 <i>Public relations</i> .....	20
2.2.4 Manajemen Isu Terintegrasi.....	22
2.2.5 <i>Brand Engagement</i> .....	24
2.3 Kerangka berpikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis penelitian .....	29
3.2 Metode penelitian .....	30

3.3	Definisi Konseptual .....	32
3.3.1	Strategi <i>Social Media</i> .....	32
3.3.2	<i>Social media</i> bagi <i>public relations</i> .....	32
3.3.3	<i>Brand engagement</i> .....	33
3.3.4	Instagram.....	33
3.3.5	<i>Public Relations</i> .....	33
3.3.6	Manajemen Isu Terintegrasi.....	34
3.4	Corpus.....	34
3.5	Unit Analisis.....	34
3.6	Subjek dan Objek penelitian .....	35
3.7	Jenis Sumber Data .....	35
3.8	Teknik pengumpulan data.....	36
3.9	Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Gambaran umum AQUA .....	39
4.1.2	Gambaran umum Instagram @Sehataqua.....	40
4.2	Penyajian dan Analisis Data.....	41
4.3.1	Mempertahankan Identitas Perusahaan .....	85
4.3.2	<i>Monitoring</i> kepentingan publik.....	94
4.3.3	Kegiatan Pelaksanaan CSR.....	99
4.3.4	Kampanye Sosial Perusahaan.....	102
4.3.5	Konten <i>Giveaway</i> untuk meningkatkan <i>brand engagement</i> .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>111</b>
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>119</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
---------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @Sehataqua.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 4. 1 Instagram @Sehataqua.....	40
Gambar 4. 2 Unggahan Instagram @Sehataqua .....	41
Gambar 4. 3 Unggahan tidak relevan pada Instagram @Sehataqua .....	42
Gambar 4. 4 Unggahan @Sehataqua 19 Desember 2023 .....	86
Gambar 4. 5 Unggahan @Sehataqua 11 Januari 2024.....	87
Gambar 4. 6 Unggahan @Sehataqua 16 Januari 2024.....	87
Gambar 4. 7 Unggahan @Sehataqua 9 dan 19 Januari 2024.....	88
Gambar 4. 8 Unggahan @Sehataqua 16 Januari 2024.....	89
Gambar 4. 9 Unggahan @Sehataqua 18 dan 31 Januari 2024 .....	89
Gambar 4. 10 Unggahan @Sehataqua 15 Februari, 20 Februari, 11 Maret, 14 Maret, 20 Maret, 21 Maret, 5 April, dan 6 April.....	91
Gambar 4. 11 Unggahan @Sehataqua 19 Desember 2023, 21 Maret 2024, 27 Maret 2024, 29 Maret 2024, 30 Maret 2024, dan 2 April 2024 .....	96
Gambar 4. 12 Komentar-komentar publik yang kurang mempercayai AQUA .....	97
Gambar 4. 13 komentar <i>support</i> yang diterima oleh AQUA.....	98
Gambar 4. 14 Unggahan @Sehataqua 19 Desember 2023 .....	100
Gambar 4. 15 Pemberitaan “Danone Gaet LAZISNU-TNI Kirim Puluhan Ribuan Botol AQUA ke Palestina” di DetikNews.....	101
Gambar 4. 16 Unggahan @Sehataqua 28 Maret 2024.....	101
Gambar 4. 17 Unggahan @Sehataqua 21 Maret 2024.....	103
Gambar 4. 18 Unggahan @Sehataqua 27, 29, dan 30 Maret 2024 .....	104
Gambar 4. 19 Unggahan @Sehataqua 2 April 2024.....	105
Gambar 4. 20 Unggahan @Sehataqua 13 April 2024.....	105
Gambar 4. 21 Unggahan @Sehataqua 23 Maret 2024.....	108
Gambar 4. 22 Unggahan @Sehataqua 20 Maret 2024.....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1: Kartu Bimbingan Skripsi .....	119
lampiran 2: Riwayat Hidup .....	120

## ABSTRAK

### ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI STRATEGI *SOCIAL MEDIA* DALAM MENANGGULANGI ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL

Yasmin Salwa (20043010099)

Konflik Israel yang melakukan penyerangan pada Palestina saat ini telah menjadi konflik global yang melibatkan banyak pihak. Salah satunya adalah dampak dari konflik tersebut juga dirasakan oleh AQUA, yang saat ini sedang dilanda isu boikot dikarenakan terafiliasi dengan Israel melalui Danone sebagai pemegang saham mayoritas dari AQUA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi konten Instagram @Sehataqua sebagai strategi *social media* dalam menanggulangi isu boikot afiliasi Israel. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif dan didukung dengan teori manajemen isu terintegrasi dari Taylor, Vasquez, & Doorley dan konsep *social media* bagi *public relations* yang dikembangkan oleh Amy Reitz. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa AQUA melalui unggahan yang ada pada Instagram, melakukan strategi *social media* dalam menanggulangi isu boikot afiliasi Israel, dengan membuat unggahan dalam kategori mempertahankan identitas perusahaan, *monitoring* kepentingan publik, kegiatan pelaksanaan CSR, kampanye sosial perusahaan, dan konten *giveaway* untuk meningkatkan *brand engagement*.

**Kata Kunci:** Strategi *social media*, Instagram, *Public Relations*, Manajemen Isu, Analisis konten

## ABSTRACT

### ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @SEHATAQUA SEBAGAI STRATEGI *SOCIAL MEDIA* DALAM MENANGGULANGI ISU BOIKOT AFILIASI ISRAEL

Yasmin Salwa (20043010099)

*The conflict involving Israel's attacks on Palestine has now become a global issue, involving many parties. One of the impacts of this conflict is also felt by AQUA, which is currently facing a boycott issue due to its affiliation with Israel through Danone, the majority shareholder of AQUA. This research aims to understand the content of the Instagram account @Sehataqua as a social media strategy to address the boycott issue related to its affiliation with Israel. The study uses a qualitative content analysis method supported by the integrated issue management theory by Taylor, Vasquez, & Doorley and the concept of social media for public relations developed by Amy Reitz. The results of the research show that AQUA, through its Instagram posts, employs a social media strategy to mitigate the boycott issue related to its affiliation with Israel. This is done by making posts in categories such as maintaining the company's identity, monitoring public interests, conducting CSR activities, executing corporate social campaigns, and creating giveaway content to enhance brand engagement.*

***Keywords: Social media Strategy, Instagram, Public Relations, Issues Management, Content Analysis***