

**ANALISIS ISI PENYAMPAIAN PESAN DALAM KONTEN AKUN  
INSTAGRAM @GREENPEACE.ID PADA MASA  
KAMPANYE PEMILU 2024**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**JESSICA DONATA ELIZABETH**

**NPM. 20043010224**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS ISI PENYAMPAIAN PESAN DALAM KONTEN AKUN  
INSTAGRAM @GREENPEACE.ID PADA MASA  
KAMPANYE PEMILU 2024**

Disusun Oleh:



Jessica Donata Elizabeth  
NPM. 20043010224

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



Ratih Pandu Mustikasari, S. Ikom, M.A.  
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. CATUR SURATNOAJI, M. Si  
NIP. 1968041820212110066

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS ISI PENYAMPAIAN PESAN DALAM KONTEN AKUN  
INSTAGRAM @GREENPEACE.ID PADA MASA  
KAMPANYE PEMILU 2024

Oleh:

Jessica Donata Elizabeth  
NPM. 20043010224

Telah dipertahankan dihadapan 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

Tim Penguji

Ratih Pandu Mustikasari, S. Ikom, M.A.  
NIP. 199205292022032010

Syifa Syarifah A., S.Sos., M.Commun  
NPT. 384031002991

2. Sekretaris

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001

3. Anggota

Ratih Pandu Mustikasari, S. Ikom, M.A.  
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. CATUR SURATNOAJI, M. Si  
NIP. 1968041820212110066



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jessica Donata Elizabeth  
NPM : 20043010224  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Isi Penyampaian Pesan dalam Konten Akun Instagram @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024” merupakan hasil tulisan sekaligus hasil penelitian yang telah disusun tanpa melakukan plagiarisme.

Adapun skripsi ini telah ditulis dan disusun berdasarkan aturan sitasi yang sesuai, apabila dikemudian hari terdapat bukti penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur

Surabaya, 9 Juli 2024

Penyusun  
  


Jessica Donata Elizabeth



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas berkat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Isi Penyampaian Pesan dalam Konten Akun Instagram @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024”* ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akhir studi jenjang Strata 1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi. Di dalam proses penyelesaian studi ini, saya mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Ratih Pandu Mustikasari, S. Ikom, M.A., selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini. Saya menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada beliau yang penuh dengan kesabaran dan perhatian berkenan memberikan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan nasehat yang sangat penting untuk penyelesaian skripsi ini
4. Para Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang memberikan bekal ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi yang berguna bagi masa depan saya

5. Para staff dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi yang memberikan bantuan dalam proses administrasi selama saya menjadi mahasiswa
6. Kedua orang tua saya yang saya cintai, yang selalu memberikan doa, dan dukungan kepada saya selama menempuh studi
7. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi (Ghina, Echa, Aura, Nadya, Atha, Wawa, Fiera, Nida, Odhil, Shereen, Virda dan lain-lain) yang selalu membantu saya dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai
8. Teman-teman dari SMA (Amira, Fira, dan Bella) yang selalu mendukung saya dan membantu saya dalam keadaan suka dan duka
9. Teman-teman Main (Abi, Dondon, Dika, Gigi, Ka Bunga, dan Mas Arief) yang selalu memberikan dukungan saya dan menghibur saya
10. Teman-teman dari Indoultime terutama Mbak Endah yang selalu menjadi penihat saya dalam keadaan apa pun
11. Semua pihak yang telah membantu saya baik selama saya menempuh studi hingga pengerjaan skripsi ini selesai

Saya berharap, melalui skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak yang membacanya. Saya juga ingin meminta maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terkait dengan penulisan skripsi ini atas segala kekurangan dan kekhilafan selama menempuh studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Surabaya, 18 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	10
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11



2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Konten .....	15
2.2.1.1 Faktor-Faktor Penting dalam Membuat Konten.....	16
2.2.1.2 Karakteristik Sebuah Konten (Instagram).....	18
2.2.1.3 Nilai-Nilai dalam Sebuah Konten .....	19
2.2.1.4 Konten Pillar.....	20
2.2.2 Enviromental Non-Government Organization.....	22
2.2.3 Komunikasi Massa .....	25
2.2.4 Pesan .....	27
2.2.4.1 Kriteria dan Sifat Pesan.....	28
2.2.4.2 Sifat Pesan .....	29
2.2.4.3 Bentuk Pesan .....	30
2.2.4.4 Karakteristik Pesan dalam Media Sosial .....	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	32
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	34
3.2 Kategorisasi .....	35
3.3 Unit Analisis .....	39
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel.....	41
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel .....	42

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Sumber Data.....	44
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.7 Analisis Data.....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	50
4.1.1 Gambaran Umum @Greenpeace.id .....	50
4.1.1.1 Profil Singkat @Greenpeace.id .....	50
4.1.1.2 Tujuan dan Strategi @Greenpeace.id.....	51
4.1.1.3 Kekuatan dan Tantangan ( <i>Strengths and Threats</i> ) @Greenpeace.id .....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
4.2.1.1 Angka Reliabilitas antar <i>Coder</i> pada Kategorisasi Topik Pesan	54
4.2.1.2 Angka Reliabilitas antar <i>Coder</i> pada Kategorisasi Sifat Pesan..	56
4.2.1.3 Angka Reliabilitas antar <i>Coder</i> pada Kategorisasi Bentuk Pesan .....	59
4.1.2.4 Angka Reliabilitas antar <i>Coder</i> pada Kategorisasi Sasaran Pesan .....	61

4.2.2 Distribusi Frekuensi Unggahan Akun Instagram @Greenpeace.id ..	64
4.2.2.1 Koefisien Reliabilitas Antar <i>Coder</i> .....	64
4.2.2.2 Konten dalam Kategorisasi Topik Pesan.....	66
4.2.1.2 Konten pada Kategorisasi Sifat Pesan.....	70
4.2.1.3 Konten pada Kategorisasi Bentuk Pesan.....	72
4.2.1.4 Konten pada Kategorisasi Sasaran Pesan .....	75
4.3 Pembahasan .....	78
4.3.1 Topik Pesan dalam Akun @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024 .....	78
4.3.2 Sifat Pesan dalam Akun @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024 .....	83
4.3.3 Bentuk Pesan dalam Akun @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024 .....	88
4.3.4 Sasaran Pesan dalam Akun @Greenpeace.id pada Masa Kampanye Pemilu 2024 .....	94
<b>BAB V.....</b>	<b>101</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN 1 (CODEBOOK DAN CODING SHEET) .....</b>	<b>107</b>
<b>HASIL CODING SHEET .....</b>	<b>112</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Essential Digital Headlines .....	5
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	33

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Organisasi / Lembaga Lingkungan di Indonesia .....	6
Tabel 3.2 Kategorisasi.....	39
Tabel 3.3 Unit Analisis .....	40
Tabel 3.4 Data Pengkoder.....	47
Tabel 4.5 Nilai Kesepakatan Antar <i>Coder</i> Mengenai Topik Pesan .....	55
Tabel 4.6 Nilai Kesepakatan Antar <i>Coder</i> Mengenai Sifat Pesan Konten .....	58
Tabel 4.7 Nilai Kesepakatan Antar <i>Coder</i> Mengenai Bentuk Pesan Konten .....	60
Tabel 4.8 Nilai Kesepakatan Antar <i>Coder</i> Mengenai Sasaran pesan .....	63
Tabel 4.9 Nilai Uji Reliabilitas Antar <i>Coder</i> .....	65
Tabel 4.10 Persentase Konten Kategori Topik Pesan .....	69
Tabel 4.11 Persentase Konten Kategori Sifat Pesan .....	72
Tabel 4.12 Persentase Konten Kategori Bentuk Pesan .....	75
Tabel 4.13 Persentase Konten Kategori Sasaran Pesan .....	77
Tabel 4.12 Unggahan Konten Instagram Kategori Topik Pesan .....	79
Tabel 4.15 Unggahan Konten Instagram Kategori Sifat Pesan .....	84
Tabel 4.16 Unggahan Konten Instagram Kategori Bentuk Pesan .....	89
Tabel 4.21 Konten Instagram Kategori Sasaran Pesan .....	95

## ABSTRAK

Jessica Donata Elizabeth

Akun Instagram @Greenpeace.id menyajikan kegiatan dan kampanye lingkungan yang dilakukan di Indonesia. Greenpeace Indonesia menyediakan konten yang menampilkan dokumentasi visual dari berbagai aksi seperti demonstrasi damai, protes lingkungan dan kegiatan relawan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan penyampain pesan dalam konten akun Instagram @Greenpeace.id pada periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk menemukan jawaban yang ingin diketahui yaitu kecenderungan konten akun Instagram @Greenpeace.id pada masa kampanye pemilu 2024. Penelitian ini dibantu oleh tiga *coder* dengan sampel yang dipilih adalah konten @Greenpeace.id pada masa kampanye Pemilu 2024 yang berjumlah 53 konten.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa krisis iklim memiliki nilai frekuensi tertinggi dalam kategori topik pesan. Kategori sifat pesan, yang memiliki nilai frekuensi tertinggi adalah pesan kontra sedangkan pada kategori bentuk pesan, sub kategori persuasif memiliki nilai frekuensi tertinggi. Sub kategori mix memiliki nilai frekuensi tertinggi dalam kategori sasaran pesan.

**Kata kunci :** Konten, @Greenpeace.id, kategori



## **Abstract**

Jessica Donata Elizabeth

The Instagram account @Greenpeace.id presents environmental activities and campaigns carried out in Indonesia. Greenpeace Indonesia provides content showcasing visual documentation of various actions such as peaceful demonstrations, environmental protests, and volunteer activities. This research aims to understand the messaging trends in the content of the Instagram account @Greenpeace.id during the period from November 28, 2023, to February 10, 2024.

This research employs a descriptive quantitative method to explore the tendency of @Greenpeace.id Instagram content during the 2024 election campaign. Three coders assisted in analyzing a sample of 53 pieces of content from @Greenpeace.id during the 2024 election campaign.

The research findings demonstrate that climate crisis has the highest frequency value in the message topic category. In the message tone category, counter messages have the highest frequency value, while in the message form category, the persuasive sub-category shows the highest frequency value. The mix sub-category has the highest frequency value in the message target category.

**Keywords:** *Content. @Greenpeace.id, category*