

**PENERIMAAN AUDIENS PADA KONTEN *CAMPAIGN* UNTUK
PALESTINA DI AKUN INSTAGRAM @ARIEKUNTUNG**

SKRIPSI



**Oleh:
LINA YUNIATI
20043010008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN


**PENERIMAAN AUDIENS PADA KONTEN *CAMPAIGN* UNTUK
PALESTINA DI AKUN INSTAGRAM @ARIEKUNTUNG**

Disusun oleh:

Lina Yuniati
NPM. 20043010008


Telah disetujui untuk ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Ririn Puspita Tutiasri S.I.Kom, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENERIMAAN AUDIENS PADA KONTEN *CAMPAIGN*
UNTUK PALESTINA DI AKUN INSTAGRAM
@ARIEKUNTUNG

Oleh:

Lina Yuniati
NPM. 20043010008

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 18 November 2024

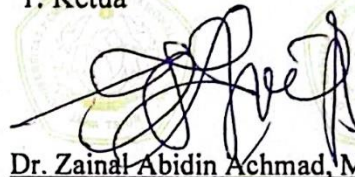
PEMBIMBING



Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

TIM PENGUJI,

1. Ketua



Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si., M.Ed
NPT. 373059901701

2. Sekretaris



Drs. Saifudin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

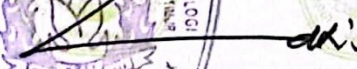
3. Anggota



Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lina Yuniati
NPM : 20043010008
Angkatan : 2020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 11 Desember 2024



Lina Yuniati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENERIMAAN AUDIENS PADA KONTEN *CAMPAIGN* UNTUK PALESTINA DI AKUN INSTAGRAM @ARIEKUNTUNG.**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan selesainya peny skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan serta bimbingan dari Ibu Ririn Puspita Tutiasari, S.I.Kom, M.Med.Kom. yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk dapat mengarahkan serta membimbing penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan dorongan bimbingan serta doa dari berbagai pihak. Mengingat hal tersebut, penulis mengucapkan banyak terima kasih terutama kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

4. Alm. Bapak, Ibu, Mas, dan Adek yang selalu memberikan nasehat, doa dan dukungan.
5. Ana dan Novita selaku teman kos penulis yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ika, Ester, Date selaku teman masa kuliah penulis yang turut memberikan semangat dan menghibur saat penulis merasa lelah mengerjakan skripsi.
7. Seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

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

Surabaya, 19 Maret 2024

Lina Yuniati

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai penerimaan audiens pada konten *campaign* untuk Palestina di akun instagram @ariekuntung. Konten tersebut berupa konten sematan yang terdapat pada akun instagram Arie Untung, isi pada konten tersebut memperlihatkan beberapa publik figur wanita yang membacakan puisi sebagai bentuk dukungannya untuk Palestina serta pada konten yang kedua berisi tentang ajakan Arie untung kepada masyarakat terutama *followersnya* untuk melakukan aksi turun ke jalan. Akun instagram @ariekuntung dikenal aktif dalam menyuarakan dukungan untuk Palestina di mana Arie Untung menggunakan platform ini untuk kampanye sosial, membagikan informasi terkini, mengajak partisipasi dalam aksi massa, berdonasi, serta mendorong solidaritas terhadap Palestina. Keberhasilan pesan kampanye ini tidak hanya bergantung pada kontennya, tetapi juga pada bagaimana audiens menerima dan meresponsnya. Penerimaan audiens dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan cara penyampaian pesan. Dalam kampanye untuk Palestina, penerimaan audiens menjadi lebih kompleks karena isu Palestina melibatkan aspek politis, kemanusiaan, dan keagamaan yang sensitif. Melalui berbagai unggahan yang bersifat informatif, persuasif, dan emosional, dalam postingan @ariekuntung ini telah menarik perhatian banyak pengikut yang menunjukkan respons beragam terhadap konten yang diposting. Konten yang dibagikan oleh Arie Untung menimbulkan beragam pendapat dari khalayak terkait postingan yang dibagikan, hal ini karena dilihat dari kredibilitas dan latar belakangnya sebagai publik figur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana audiens menerima, memahami, dan merespons konten kampanye tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, serta menerapkan analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang. Dari hasil wawancara dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa 5 orang termasuk dalam kategori *dominant hegemonic position* yaitu informan 1, 2, 5, 7, dan 8. Kemudian 3 orang lainnya termasuk dalam kategori *negotiated position* yaitu informan 3,4, dan 6. Peneliti tidak menemukan adanya informan pada posisi *oppositional position*.

Kata kunci: Penerimaan Audiens, *Campaign* Palestina, Konten Instagram

ABSTRACT

This study discusses the audience's acceptance of the campaign content for Palestine on the Instagram account @ariekuntung. The content is in the form of embedded content on Arie Untung's Instagram account, the content shows several female public figures reading poetry as a form of support for Palestine and the second content contains Arie Untung's invitation to the public, especially his followers, to take action to take to the streets. The Instagram account @ariekuntung is known to be active in voicing support for Palestine where Arie Untung uses this platform for social campaigns, sharing the latest information, inviting participation in mass actions, donating, and encouraging solidarity with Palestine. The success of this campaign message depends not only on its content, but also on how the audience receives and responds to it. Audience acceptance is influenced by various factors such as social background, culture, education, and how the message is delivered. In the campaign for Palestine, audience acceptance becomes more complex because the Palestinian issue involves sensitive political, humanitarian, and religious aspects. Through various uploads that are informative, persuasive, and emotional, @ariekuntung's posts have attracted the attention of many followers who show varying responses to the content posted. The content shared by Arie Untung has raised various opinions from the audience regarding the posts shared, this is because it is seen from the credibility and background of his public figure. This study aims to analyze how the audience receives, understands, and responds to the campaign content. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, and applies reception analysis developed by Stuart Hall. Data collection was carried out through in-depth interviews and documentation. The number of informants in this study was 8 people. From the results of the interviews and analysis that have been carried out by the researcher, it was found that 5 people were included in the dominant hegemonic position category, namely informants 1, 2, 5, 7, and 8. Then 3 other people were included in the negotiated position category, namely informants 3, 4, and 6. The researcher did not find any informants in the oppositional position.

Keywords: *Audience Reception, Palestine Campaign, Instagram Content*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Secara Teoritis	11
1.4.2 Secara Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Social Media Campaign</i>	18
2.2.2 Media Sosial Instagram.....	27
2.2.3 <i>Public Figure</i>	32
2.2.4 Peran <i>Public Figure</i> Dalam Gerakan <i>Campaign</i>	34
2.2.5 Teori Analisis Resepsi	35
2.3 Kerangka Berpikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Jenis Penelitian	41
3.3 Definisi Konseptual	42
3.3.1 <i>Social Media Campaign</i> Oleh <i>Public Figure</i>	42

3.3.2	Penerimaan Audiens Pada Konten <i>Campaign</i> Untuk Palestina	43
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	44
3.4	Jenis Sumber Data	44
3.4.1	Sumber Data Primer	44
3.4.2	Sumber Data Sekunder	45
3.5	Teknik Penentuan Informan	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.1	Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>).....	46
3.6.2	Dokumentasi	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1	Reduksi Data	48
3.7.2	Penyajian Data	49
3.7.3	Kesimpulan	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2	Identitas Informan	53
4.3	Hasil dan Pembahasan.....	57
4.3.1	Pemaknaan Audiens pada Konten Campaign Arie Untung Untuk Palestina di Instagram	57
4.3.1.1	Konten Campaign Arie Untung Dapat Membuat Khalayak Lebih Mudah Menerima Informasi.....	58
4.3.1.2	Pembaacaan Puisi Pada Konten Arie Untung Sebagai Bentuk Daya Tarik	59
4.3.2	Bentuk Campaign Arie Untung Terhadap Palestina Pada Konten Sematan Video Instagram	62
4.3.2.1	Penggunaan Slogan Sebagai Bentuk <i>Campaign</i>	63
4.3.2.2	Edukasi Terhadap Pemberitaan Media Barat Sebagai Bentuk <i>Campaign</i>	64
4.3.2.3	Aksi Turun Ke Jalan Sebagai Bentuk <i>Campaign</i>	66
4.3.2.4	Game Roblox Sebagai Bentuk Media <i>Campaign</i>	68
4.3.3	Penerimaan Audiens Terhadap Konten Campaign Untuk Palestina di Instagram Pada Akun @ariekuntung.....	72
4.3.3.1	Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Informasi <i>Campaign</i> ..	73

4.3.3.2 Arie Untung Dianggap Berhasil Dalam Melakukan <i>Campaign</i> Untuk Palestina.....	75
4.3.3.3 Pembawaan Puisi Pada Event Untuk Rasa Simpati dianggap Kurang Pantas Dalam Mendukung Palestina	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN <i>INTERVIEW GUIDE</i>	91
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA.....	95
LAMPIRAN BIMBINGAN.....	140
LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP.....	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Pengguna Instagram di Dunia.....	4
Gambar 1 2 Profil Akun Instagram Arie Untung	6
Gambar 1 3 Postingan Hampers Hijrah Fest.....	7
Gambar 4 1 Akun Instagram Arie Untung	50
Gambar 4 2 Konten Video Reels Arie Untung.....	51
Gambar 4 3 Konten Video Reels Arie Untung.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2 Kerangka Berpikir	39
Tabel 3 Identitas Informan	57