PEMAKNAAN *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @telobagindo SEBAGAI MEDIA KAMPANYE LINGKUNGAN HIDUP BERKELANJUTAN

SKRIPSI

Oleh:

Prastanti Septiana Wati

202110415145

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PEMAKNAAN *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @telobagindo SEBAGAI MEDIA KAMPANYE LINGKUNGAN HIDUP BERKELANJUTAN

SKRIPSI

Oleh:

Prastanti Septiana Wati

202110415145

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Pemaknaan *Followers* Akun Instagram @telobagindo Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup Berkelanjutan
Nama Mahasiswa	:	Prastanti Septiana Wati
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415145
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0429068102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Pemaknaan *Followers* Akun Instagram @Telobagindo Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup Berkelanjutan
Nama Mahasiswa	:	Prastanti Septiana Wati
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415145
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum. NIDN. 323057006	.....
Penguji	: Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0429068102	.....
Sekretaris Penguji	: Dr. Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0318087603	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. NIP. 2203551	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed.,Ph.D. NIP. 1908425

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pemaknaan *Followers* Akun Instagram @telobagindo Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup Berkelanjutan.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Prastanti Septiana Wati

202110415145

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Prastanti Septiana Wati 202110415145. Pemaknaan *Followers* Akun Instagram @telobagindo Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup Berkelanjutan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan sampah plastik yang belum dikelola dengan baik. Peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana akun Instagram @telobagindo digunakan untuk kampanye lingkungan hidup berkelanjutan dan bagaimana *followers* memaknai konten kampanye tersebut. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemaknaan *followers* pada akun Instagram @telobagindo sebagai media kampanye lingkungan hidup berkelanjutan dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang terdapat proses *encoding* dan *decoding* melalui tiga posisi pemaknaan, yaitu *Dominant Hegemonic Position, Negotiated Position,* dan *Oppositional Position*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif . Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua informan berada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*, yang berarti mereka sepenuhnya setuju dengan pesan dari kampanye Telobag Indonesia. Selanjutnya, terdapat dua informan yang berada pada posisi *Negotiated position,* karena adanya penerimaan pesan yang bersifat selektif dan reflektif, di mana mereka mengakui inti dan nilai yang terkandung dalam kampanye, namun tetap menyesuaikan dengan pengalaman pribadi dan konteks sosial mereka. Tidak ada informan yang menunjukkan posisi *Oppositional position,* karena secara keseluruhan semua informan setuju terhadap pesan atau informasi tanpa ada penolakan dari yang disampaikan oleh Telobag Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi kampanye @telobagindo berbasis pemasaran sosial berhasil menciptakan ruang diskusi, memperkuat pemahaman, dan membentuk respons positif dari audiens terhadap isu keberlanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi Lingkungan, Resepsi, Kampanye, Sampah

ABSTRACT

Prastanti Septiana Wati 202110415145. *The Meaning of Followers of the Instagram Account @telobagindo as a Media for a Sustainable Environmental Campaign*.

This research is motivated by the problem of plastic waste that has not been managed properly. Researchers are interested in studying how the Instagram account @telobagindo is used for sustainable environmental campaigns and how followers interpret the campaign content. The purpose of this study is to determine the meaning of followers on the Instagram account @telobagindo as a medium for sustainable environmental campaigns by using Stuart Hall's reception theory which contains the encoding and decoding process through three positions of meaning, namely Dominant Hegemonic Position, Negotiated Position, and Oppositional Position. This study uses a qualitative descriptive research method. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that two informants were in the Dominant Hegemonic Position, which means they fully agreed with the message of the Telobag Indonesia campaign. Furthermore, there were two informants who were in the Negotiated position, due to the selective and reflective acceptance of the message, where they acknowledged the core and values contained in the campaign, but still adjusted to their personal experiences and social context. No informants showed the Oppositional position, because overall all informants agreed with the message or information without any rejection from what was conveyed by Telobag Indonesia. These findings indicate that the @telobagindo campaign communication strategy based on social marketing succeeded in creating a discussion space, strengthening understanding, and forming a positive response from the audience towards sustainability issues.

***Keywords**: Environmental Communication, Reception, Campaign, Waste*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha Esa atas Karunia dan Rahmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta saya Bapak Susita dan Ibu Tri Wasimah, yang telah memberikan kasih sayang dan telah bersusah payah dalam mencukupkan segala kebutuhan anaknya selama Penulis melaksanakan kuliah di Ubhara. Serta Kakak tercinta saya Prastika Witantri yang telah menjadi sumber inspirasi dan dukungan dalam setiap langkah penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan. Untuk itu penulis dengan tulus menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan bagi Penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
2. Ibu Dr. Truly Wangsalegawa, M.A, M.Ed, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah membantu dalam penyelenggaraan pendidikan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah membantu dan menyetujui Penulis dalam penulisan Skripsi.
4. Bapak Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan pengambilan mata kuliah setiap semester untuk selanjutnya penulis mengajukan Kartu Rencana Studi agar Penulis mengikuti setiap mata kuliah dengan nilai yang baik.

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5. Ibu Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dalam memberikan arahan penulisan dan waktu dalam melakukan bimbingan bersama Penulis. Bimbingan bersama Ibu sangat berarti dalam keberhasilan Skripsi.
6. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum., selaku Ketua Penguji dan Ibu Dr. Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Penguji atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan. Serta Bapak/Ibu Staf akademik yang telah membantu Penulis dalam pelayanan administrasi selama perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan skripsi dalam grup WhatsApp Cie Sarjana Muda atas bantuan, dukungan, do'a, dan kebaikan selama perkuliahan ini.
9. Terakhir, diri saya sendiri yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan Skripsi ini. Terima kasih karena selalu berpikir positif dan berusaha mempercayai diri sendiri. Tidak ada yang mengerti untuk menghargai proses ini selain diri saya sendiri. Meskipun tantangan ini terasa berat, orang lain mungkin tidak sepenuhnya memahami perjuangan yang saya jalani, maka diri saya yang harus menghargai proses dan diri sendiri.

Penulis menyadari, Skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga masukan-masukan dari pembaca sangat bermanfaat demi perbaikan Skripsi ini. Namun demikian semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembangunan khususnya pengembangan ilmu di bidang Komunikasi.

Jakarta, 31 Juli 2025

Penulis,

Prastanti Septiana Wati
202110415145

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR BAGAN ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 15

1.3 Pertanyaan Penelitian 16

1.4 Tujuan Penelitian 16

1.5 Manfaat Penelitian 16

1.5.1 Manfaat Teoritis 16

1.5.2 Manfaat Praktis 16

1. Bagi Praktisi Hubungan Masyarakat Digital 17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **18**

2.1 Penelitian Terdahulu 18

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2 Tinjauan Konseptual 21
2.2.1 Komunikasi 21
2.2.2 Lingkungan Berkelanjutan 21
2.2.3 Komunikasi Lingkungan Berkelanjutan 22
2.2.4 Kampanye 23
2.2.5 Media Sosial Instagram 24
2.2.6 Pemaknaan Pesan 24
2.3 Tinjauan Teoritis 25
2.3.1 Teori Resepsi (*Reception*) 25
2.3.2 Konsep *Social Marketing* 27
2.4 Kerangka Berpikir 28
BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 29
3.3 Informan Penelitian 30
3.4 Subjek dan Objek Penelitian 32
3.5 Teknik Pengumpulan Data 33
a) Observasi 33
b) Wawancara 33
c) Dokumentasi 34
3.6 Teknik Analisis Data 35
3.7 Keabsahan Data 36
1) Triangulasi Sumber 37
3.8 Tempat dan Waktu Penelitian 37
3.8.1 Tempat Penelitian 37

3.8.2 Waktu Penelitian 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39

4.1 Hasil Penelitian 39

4.1.1 Profil Telobag Indonesia 39

4.1.2 Akun Instagram @telobagindo 40

4.1.3 Visi dan Misi Telobag Indonesia 43

4.1.4 Struktur Organisasi Telobag Indonesia 43

4.1.5 Profil Informan 43

4.1.7 Hasil Wawancara Informan 45

4.1.7.1 Alasan *Followers* dalam Mengikuti Akun @telobagindo 45

4.1.7.2 Relevansi Konten Kampanye Telobag Indonesia 47

4.1.7.3 Metode Edukasi Telobag 49

4.1.7.4 Penyajian Konten Kampanye 51

4.1.7.5 Tanggapan Konten dan Komentar Pada Generasi Z dan Y 53

4.2 Pembahasan 57

4.2.1 Analisis Pemaknaan *Followers* Akun Instagram @telobagindo Sebagai Media Kampanye Lingkungan Hidup Berkelanjutan 57

4.2.1.1 *Encoding* 60

4.2.1.2 Pesan 64

4.2.1.3 *Decoding* 65

BAB V PENUTUP 73

5.1 Kesimpulan 73

5.2 Saran 74

5.2.1 Saran Teoritis 74

5.2.2 Saran Praktis 74

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Akun Instagram Yang Fokus Pada Isu-Isu Lingkungan dan Keberlanjutan 8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 18
Tabel 3. 1 Key Informan dan Informan Penelitian..... 31
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian 38
Tabel 4. 1 Keterkaitan dalam Pemaknaan Pesan Kampanye 69
Tabel 4. 2 Pemaknaan *Followers* pada Akun Instagram @telobagindo 70

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan Informasi Tentang Komunikasi Lingkungan 5
Gambar 1. 2 Komentar dari Postingan Tentang Komunikasi Lingkungan 6
Gambar 1. 3 Jumlah Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah 12
Gambar 4.1.2 Isu Lingkungan yang terjadi di Permukaan Laut..... 41
Gambar 4.1.2 Isu Lingkungan yang terjadi di Indonesia 41
Gambar 4.1.2 Isu Lingkungan yang terjadi pada Makhluk Laut..... 41
Gambar 4.1.4 Struktur Organisasi Telobag Indonesia 43
Gambar 4.1.7 1 Komentar Revina pada Postingan Satu..... 54
Gambar 4.1.7 2 Komentar Grahita pada Postingan Dua 55
Gambar 4.1.7 3 Komentar Winda pada Postingan Tiga..... 56
Gambar 4.1.7 4 Komentar Vebrina pada Postingan Satu..... 56
Gambar 4.2 1 Sekitar 24.400 Miliar Mikroplastik Mengambang di Permukaan Laut 61
Gambar 4.2 2 Miris! Hanya 39% Sampah di Indonesia yang Sudah dikelola dengan Baik 62
Gambar 4.2 3 Makhluk Ini Memakan dan Mengubah Mikroplastik Menjadi Ancaman yang Jauh Lebih Besar..... 63

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir Model Resepsi Stuart Hall 1973..... 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Reduksi Wawancara Data Skripsi

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan

Lampiran 4 : Form Perbaikan Skripsi

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025