

**RESEPSI ORANGTUA TERHADAP PESAN PROMOSI
PROGRAM BABY CLASS PADA AKUN INSTAGRAM
@KINDYCLOUD**

TUGAS AKHIR




IRFANI RAHMAYANTI

1171903047

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Irfani Rahmayanti
NPM : 1171903047
Tanda Tangan : 
Tanggal : 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Irfani Rahmayanti
NIM : 1171903047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Karya Akhir : Resepsi Orangtua terhadap Pesan Promosi
Program Baby Class Pada Akun Instagram
@kindycloud

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, M.Ikom

Penguji 1 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos, M.Si.

Penguji 2 : Dianingtyas Putri, S.Sos, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2019



Three handwritten signatures are present, each preceded by a small circle. The top signature is the most legible, appearing to be 'Ari Kurnia'. The middle signature is more stylized and less legible. The bottom signature is also stylized and less legible.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Nama : Irfani Rahmayanti
NIM : 1171903047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:


“Resepsi Orangtua terhadap Pesan Promosi Program Baby Class Pada Akun Instagram @kindycloud”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Juli 2019

Yang menyatakan,


(Irfani Rahmayanti)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Resepsi orangtua terhadap pesan promosi program Baby Class pada akun instagram @kindycloud”. Kemudahan yang penulis rasakan dalam perjuangan menyelesaikan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan doa dari pihak yang telah memberikan dukungan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu baik moral maupun material, yaitu:

1. Keluarga Penulis. Teruntuk kedua orangtua, Bapak Sutrianto dan Ibu Nurfarida. Adik Penulis, Hafidh Nurrahman serta seluruh keluarga besar yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dorongan, kasih sayang, dan semua dukungan.
2. Ketua Program Studi Komunikasi Universitas Bakrie, Dra. Suharyanti atas bantuannya dalam proses penulisan Tugas Karya Akhir ini.
3. Dosen pembimbing Ari Kurnia, M. Si, atas dukungan dan waktu yang telah diluangkan untuk menjadi pembimbing bagi penulis.
4. Bapak Bambang Sukma Wijaya, S.Sos, M.Si dan Ibu Dianingtyas Putri, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberi masukan bagi dalam penulisan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Supervisor Kindy Cloud, Alecia Firnanda yang telah berbaik hati memberi izin penulis melakukan observasi program baby class pada akun instagram @kindycloud.
6. Para Moms yang telah meluangkan waktunya dan supportif dalam memberikan jawaban dalam interview.
7. Ms Anasya Mulachela seorang psikolog anak sekaligus triangulator dalam penelitian ini.

8. Teman-teman di kelas Karyawan Marketing Komunikasi A atas kerjasama dan support yang diberikan dalam perjalanan menyelesaikan masing-masing Tugas Akhir.
9. Tim Human Resources Reckitt Benckiser Indonesia. Pak Indra dan Pak Adam selaku manager penulis yang memberi izin dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Okta selaku teman bimbingan penulis dan tempat berbagi support satu sama lain dalam menyelesaikan penulisan ini.
11. Sahabat-Sahabat Penulis. Terimakasih atas dukungan dan tempat menampung keluh kesah Penulis dalam perjalanan meraih gelar Sarjana.
12. Firework Team dan Komunitas Britzone yang telah merangkul penulis layaknya keluarga.
13. Seluruh pihak terkait yang mohon maaf tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima Kasih.

RESEPSI ORANGTUA TERHADAP PESAN PROMOSI PROGRAM BABY CLASS PADA AKUN INSTAGRAM @KINDYCLOUD

IRFANI RAHMAYANTI

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti terhadap mulai maraknya pendidikan anak sejak usia dini bahkan sejak usia bayi. Kindy Cloud merupakan salah satu inovator yang menyediakan jasa program kelas bayi di wilayah Jabodetabek. Program kelas bayi Kindy Cloud bertujuan untuk mengedukasi orangtua dalam menciptakan aktivitas alternative yang mampu merangsang multisensory sejak usia bayi. Dalam menyampaikan pesan promosi program baby classnya terhadap orangtua, Kindy Cloud aktif menggunakan media instagram. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis resepsi orangtua terhadap pesan promosi program Baby Class yang disampaikan melalui akun instagram @kindycloud. Menggunakan pendekatan studi resepsi dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan beberapa orangtua dan observasi partisipasi yang dilakukan oleh peneliti. *Consumer Experience* juga memberikan pengaruh bagi orang tua dalam menerima pesan promosi program baby class yang disampaikan. Dalam hal ini, peneliti menemukan antusias orangtua yang aktif berinteraksi dan mempromosikan akun @kindycloud di instagram sebagai *dominant code*, yaitu bentuk penerimaan pesan secara penuh dan bersifat positif.

Kata kunci: Studi Resepsi, *Consumer Experience*, *Promotion*, Instagram

PARENTS RECEPTIONS OF PROMOTIONAL MESSAGE BABY CLASS PROGRAM THROUGH INSTAGRAM @KINDYCLOUD

IRFANI RAHMAYANTI

Abstract

This research is motivated by the interest of researchers towards the beginning of the rise of children's education from an early age even from the age of the baby. Kindy Cloud is one of the innovators who provide baby class program services in the Jabodetabek area. Kindy Cloud baby class program aims to educate parents in creating alternative activities that can stimulate multisensory since the baby's age. In delivering a promotion message for the baby class program to parents, Kindy Cloud actively uses Instagram media. This study aims to analyze parental receptions for promotional messages for the Baby Class program that are delivered via @ indycloud's Instagram account. Using a reception study approach with data collection techniques through in-depth interviews with several parents and participant observation conducted by researchers. The Consumer Experience also influences parents to receive the baby class program promotion messages delivered. In this case, the researcher found enthusiastic parents who actively interacted and promoted the @ kindycloud account on Instagram as a dominant code, which was the form of receiving the message in full and positive.

Keywords: *Reception Studies, Consumer Experience, Promotion, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	18
2.2.1 Analisis Resepsi Khalayak	18
2.2.2 Media Sosial Instagram	21
2.2.3 Customer Experience	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Subjek Penelitian	28

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	31
3.4.1 Definisi Konseptual	31
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	32
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	35

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	37
4.1.1 Objek Penelitian.....	37
4.1.2 Subjek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Resepsi Orangtua terhadap Pesan Promosi Baby Class.....	40
4.2.2 Pengalaman Resepsi.....	42
4.2.3 Customer Experience.....	45
4.3 Pembahasan.....	46
4.3.1 Resepsi Orangtua terhadap Pesan Promosi Baby Class.....	46
4.3.2 Dominant Code.....	47
4.3.3 Negotiated Code.....	52
4.3.4 Oppositional Code.....	53
4.3.5 Customer Experience.....	55

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3 Saran.....	58
5.3.1 Saran Akademis.....	58
5.3.2 Saran Praktis.....	59

DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Program Baby Class.....	4
Gambar 1.2 Tampilan Website Rumah Dandelion.....	6
Gambar 1.3 Instagram Rumah Dandelion.....	6
Gambar 1.4 Respon orangtua terhadap Pesan Promosi baby class.....	8
Gambar 2.1 Model Komunikasi Stuart Hall.....	19
Gambar 2.2 Logo Instagram.....	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	25
Gambar 4.1 Edukator sedang melakukan story telling.....	38
Gambar 4.2 Pesan Promosi Kindy Cloud.....	42
Gambar 4.3 Public Figure mencoba baby class.....	45
Gambar 4.4 Respon positif terhadap pesan promosi baby class.....	49
Gambar 4.5 Postingan Orangtua yang memeberi tag pada instagram Kindy...	50
Gambar 4.6 Review Orangtua melalui fitur instagram story.....	51
Gambar 4.7 Parents Story dan Testimoni.....	51
Gambar 4.8 Komentar Negatif Audiens.....	53
Gambar 4.9 Komentar Negatif Audiens.....	54
Gambar 4.10 Customer Experience program baby class Kindy Cloud.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Supervisor Kindy Cloud.....	62
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Orangtua.....	64
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Triangulator.....	68
Lampiran 4 Dokumentasi	