

**“Pemaknaan Tren Hidup Sehat dan Bersih melalui Kampanye  
#HIGIENISME oleh PT Coway International Indonesia di Instagram”**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**SARAH RAMADHANTY**

**1171003101**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2021**

## KATA PENGANTAR

Saya ucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kemudahan dan kelancaran atas pembuatan skripsi yang berjudul “Pemaknaan Tren Hidup Sehat dan Bersih melalui Kampanye #HIGIENISME oleh PT Coway International Indonesia di Instagram”. Tugas akhir ini ditulis guna memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari banyak pihak sehingga dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wata’ala. Puji serta syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata’ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.SM selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan juga selaku dosen penguji sidang 1 yang telah bersedia memberikan bimbingan, saran dan motivasi kepada peneliti ketika seminar proposal sehingga peneliti dapat melanjutkan penelitian dengan baik.
3. Ibu Dr. Dessy Kania B.A., M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan motivasi serta saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Mirana Hanasthasia, S.Sos., M. Media Prac selaku dosen penguji dua.
5. Bapak Dion Wardyono, M.S.M selaku triangulator yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk dapat diwawancarai dan bersedia membantu peneliti dalam melengkapi tugas akhir ini.
6. Ibu Theodora Woemasa Rahayu MM, S.Kom selaku *assistant manager of marketing division* dan Bapak Fachreza N. Dewanto selaku *senior video editor* PT Coway International Indonesia yang merupakan *key informan* dalam penelitian ini, karena telah membantu peneliti menemukan jawaban atas masalah dalam penelitian ini sehingga dapat melengkapi tugas akhir

peneliti. Terima kasih telah meluangkan waktunya di tengah pandemi Covid-19.

7. Dr Iwan selaku Dokter Umum yang telah meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan peneliti.
8. Mbak Linda selaku HR dari PT Coway International Indonesia yang telah banyak membantu peneliti untuk menghubungkan dengan tim marketing.
9. Mama, kakak, Fury yang selalu memberikan doa dan memberikan dukungan agar peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu. Terima kasih untuk segala dukungan, saran, dan bantuan baik moril maupun finansial sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat penulis yaitu Dea, Iwan, Dinda, Imam, Jonathan, Puti, Azki, Dilla, Agung dan Raffli. yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu. Terima kasih karena kalian selalu hadir di saat peneliti merasa sedih ataupun bahagia. Terima kasih karena tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah dan tangis peneliti mengenai tugas akhir. Terima kasih juga telah menghibur penulis. *I love you guys!*
11. Inspirasi penulis yaitu BTS (Jungkook, Taehyung, Jin, Jimin, Yoongi, Namjoon, Hobi) yang senantiasa selalu memberikan inspirasi dan semangat kepada penulis sehingga penulis tetap dalam keadaan baik dan bahagia. Terima kasih!

Jakarta, 7 Agustus 2021



Sarah Ramadhanty

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

**Nama** : Sarah Ramadhanty

**NIM** : 1171003101

**Tanda Tangan** :



**Tanggal** : 21 Agustus 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sarah Ramadhanty

NIM : 117100310

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pemaknaan Tren Hidup Sehat dan Bersih melalui Kampanye #HIGIENISME oleh PT Coway International Indonesia di Instagram

Telah berhasil dipertarukan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

## DEWAN PENGUJI

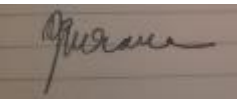
Pembimbing : \_\_\_\_\_ Dr. Dessy Kania B.A., M.A

(  )

Pembahas satu : \_\_\_\_\_ Dra. Suharyanti, M.SM

(  )

Pembahas dua : \_\_\_\_\_ Mirana Hanasthasia, S.Sos., M. Media Prac

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2021

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Ramadhanty

NIM : 1171003101

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Pemaknaan Tren Hidup Sehat dan Bersih melalui Kampanye #HIGIENISME oleh  
PT Coway International Indonesia di Instagram

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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 : 23 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Sarah Ramadhanty

**Pemaknaan Tren Hidup Sehat dan Bersih melalui Kampanye  
#HIGIENISME oleh PT Coway International Indonesia di Instagram**

Sarah Ramadhanty

## ABSTRAK

Sejak pandemi covid 19 melanda di Indonesia, terjadi perubahan terhadap gaya hidup masyarakat di Indonesia yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan bersih. Masyarakat semakin antusias dalam menerapkan gaya hidup sehat dan bersih sehingga terjadi peningkatan pada produk dan jasa yang mendukung hidup sehat dan bersih. Dengan itu brand brand yang ada di pasar ikut serta dalam fenomena gaya hidup sehat dan bersih agar bisa tetap relevan dengan masyarakat. Coway Indonesia melakukan kegiatan komunikasi pemasaran digital dengan mengambil topik gaya hidup sehat dan bersih melalui kampanye #HIGIENISME di Instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemaknaan tren hidup sehat dan bersih melalui kampanye #HIGIENISME oleh Coway Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi. Didapatkan hasil dari penelitian ini bahwa pada makna tren gaya hidup sehat dan bersih kampanye #HIGIENISME di Instagram adalah hidup sehat dan bersih merupakan aktivitas yang harus dilakukan dengan maksimal dan teratur guna meningkatkan kualitas hidup dan menjadikan gaya hidup sehat dan bersih sebagai standar baru dalam kehidupan. Makna tren gaya hidup sehat dan bersih dari para audiens dibagi menjadi dua, yaitu (1) Dua informan memaknai: sekedar tren, (2) Empat informan memaknai secara lebih kritis: gaya hidup yang perlu dilakukan dalam jangka panjang dan dilakukan dengan tepat. Pemaknaan tersebut terbentuk karena motif yang berbeda.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup Sehat dan Bersih, Kampanye, Instagram, Fenomenologi, Perubahan Perilaku



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	37
Tabel 3.1 Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	50
Tabel 4.1 Produk Coway.....	54
Tabel 4.2 Informasi Informan.....	62
Tabel 4.3 Pilar Konten Kampanye #HIGIENISME .....	129

## DAFTAR ISI

COVER .....	1
KATA PENGANTAR .....	2
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	4
HALAMAN PENGESAHAN.....	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	6
ABSTRAK.....	8
DAFTAR TABEL .....	9
DAFTAR ISI .....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR BAGAN.....	14
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
BAB II .....	17
2.1 Konsep Yang Relevan.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....	29
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III.....	40
3.1 Desain dan Pendekatan .....	40
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian .....	42
3.3 Pengumpulan Data .....	43
3.4 Analisis Data .....	46
3.5 Triangulasi Data .....	48
3.6 Operasionalisasi Konsep .....	49
BAB IV .....	51
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	51
4.1.5 Pengumpulan Data dan Informan.....	56
4.2 Penyajian Data.....	62
4.2.1 Fenomena Gaya Hidup Sehat dan Bersih .....	63
4.2.1.1 Tren Gaya Hidup Sehat dan Bersih di Media Sosial .....	70
4.2.1.2 Tren Gaya Hidup Sehat dan Bersih di Instagram .....	74

4.2.1.3	Makna Gaya Hidup Sehat dan Bersih.....	77
4.2.1.4	Tren Gaya Hidup Sehat dan Bersih dalam Komunikasi Pemasaran Digital 81	
4.2.3	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Coway Indonesia di Instagram.....	83
4.2.3	Kegiatan Kampanye #HIGIENISME .....	91
4.2.4	Konten Kampanye #HIGIENISME di Instagram .....	101
4.3	Pembahasan.....	110
4.3.1	Konten-konten Tren Hidup Sehat dan Bersih Pada Kampanye #HIGIENISME .....	110
4.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Coway Indonesia dalam kampanye #HIGIENISME .....	121
4.3.2.1	<i>Content Strategy</i> Kampanye #HIGIENISME .....	123
4.3.2.2	<i>Design/User Experience</i> Kampanye #HIGIENISME .....	136
4.3.3.3	<i>Measurement Strategy</i> Kampanye #HIGIENISME.....	140
4.3.4	Perubahan Perilaku Melalui Kampanye #HIGIENISME.....	141
BAB V.....		148
5.1	Simpulan .....	148
5.2	Kendala dan Keterbatasan.....	150
5.3	Saran dan Implikasi .....	151
DAFTAR PUSTAKA .....		153
DAFTAR LAMPIRAN .....		159
Transkrip Wawancara dengan <i>Key Informan: Assistant Manager of Division Marketing</i> PT Coway International Indonesia .....		159
Transkrip Wawancara dengan Informan Pertama: Senior Video Editor Coway Indonesia .....		169
Transkrip Wawancara dengan Dokter Umum .....		171
Transkrip Wawancara dengan Triangulator Sumber Data .....		178
Transkrip Wawancara dengan Informan Kedua: Komunitas <i>Roller Skate</i> .....		189
Transkrip Wawancara dengan Informan Ketiga: <i>Customer</i> Coway Indonesia .....		193
Transkrip Wawancara dengan Informan Keempat: <i>Customer</i> Coway Indonesia .....		198
Transkrip Wawancara dengan Informan Kelima: <i>Followers</i> Instagram dan <i>Reseller Young Living</i> .....		203
Transkrip Wawancara dengan Informan Keenam: <i>Followers</i> Instagram.....		209
Transkrip Wawancara dengan Informan Ketujuh: <i>Followers</i> Instagram.....		217

## DAFTAR GAMBAR

1. *Gambar 1.1 Artikel Tren Gaya Hidup Sehat*
2. *Gambar 1.2 Data Peningkatan Kebutuhan Selama Pandemi*
3. *Gambar 1.3 Screenshot Video Youtube Healthy Lifestyle dan Clean Lifestyle*
4. *Gambar 1.4 Screenshot Hashtag Hidup Sehat dan Hidup Bersih di Instagram*
5. *Gambar 1.5 Artikel Pakar Imbau Gaya Hidup Sehat Halan Terus*
6. *Gambar 1.6 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia 2020*
7. *Gambar 1. 7 Data Pengguna Instagram di Indonesia 2020*
8. *Gambar 1.8 Konten Instagram LG Indonesia*
9. *Gambar 1.9 Konten #Higienisme Coway Indonesia*
10. *Gambar 2.4 Kerangka Berpikir*
11. *Gambar 4.1 Logo Coway*
12. *Gambar 4.2 Halaman Utama Website Coway Indonesia*
13. *Gambar 4.3 Profile Instagram @Coway\_id post (per tanggal 27 Juli 2021)*
14. *Gambar 4.4 Assistant manager of division marketing Coway*
15. *Gambar 4.5 Dokter Umum*
16. *Gambar 4.6 Bapak Dion sebagai triangulator*
17. *Gambar 4.7 Screenshot Informasi Gaya Hidup sehat dan bersih*
18. *Gambar 4.8 Screenshot akun Youtube Chloe Ting*
19. *Gambar 4.9 Screenshot akun Youtube dan Video Workout BTS*
20. *Gambar 4.10 Screenshot akun Youtube Lavenda*
21. *Gambar 4.11 Screenshot Post Instagram Luna Maya*
22. *Gambar 4.12 Screenshot Post Instagram Sarah Ayu*
23. *Gambar 4.13 Screenshot Post Instagram Ayudia*
24. *Gambar 4.14 Screenshot Post Instagram Tasya Farasya*
25. *Gambar 4.15 Screenshot Post Instagram Rachel Vennya*
26. *Gambar 4.16 Profile Instagram @Coway\_id*
27. *Gambar 4.17 Screenshot Konten-Konten Instagram Coway Indonesia di Instagram*
28. *Gambar 4.18 Screenshot konten Instagram Coway Indonesia di CFD*
29. *Gambar 4.19 Screenshot Konten Kerjasama dengan Ayudia di Instagram*
30. *Gambar 4.20 Screenshot konten Kerjasama dengan Andien di Instagram*
31. *Gambar 4.21 Screenshot konten Kerjasama dengan Tyas Mirasih di Instagram*
32. *Gambar 4.22 Screenshot konten Instagram Coway Indonesia di awal 2019-2020*
33. *Gambar 4.23 Highlights Instagram Coway Indonesia*
34. *Gambar 4.24 Konten Giveaway Significant Me Coway*
35. *Gambar 4.25 Konten Instagram Coway Indonesia*

36. *Gambar 4.26 Screenshot konten CODY Visit (pertanggal 20 Januari 2020)*
37. *Gambar 4.27 Screenshot konten Virtual Launching Higienisme*
38. *Gambar 4.28 Screenshot konten Higienisme*
39. *Gambar 4.29 Screenshot konten Free Disinfection Fogging*
40. *Gambar 4.30 Screenshot IGTV #HIGIENISME di akun Instagram Baim Wong*
41. *Gambar 4.31 Screenshot hashtag #HIGIENISME di Instagram*
42. *Gambar 4.32 Pendonasian produk Coway ke RS Pusat Pertamina*
43. *Gambar 4.33 Screenshot Konten #HIGIENISME*
44. *Gambar 4.34 Screenshot Instagram Story Coway\_id pada Highlight #HIGIENISME*
45. *Gambar 4.35 Screenshot konten Coway X BTS di Instagram Coway\_id*
46. *Gambar 4.36 Konten Hidup Sehat dan Bersih Coway Indonesia*
47. *Gambar 4.37 Konten Hidup Sehat dan Bersih Coway Indonesia*
48. *Gambar 4.38 Screenshot Video #HIGIENISME Challenge Pertama di IGTV Baim Wong*
49. *Gambar 4.39 Screenshot Video #HIGIENISME Challenge Kedua di IGTV Baim Wong*
50. *Gambar 4.40 Screenshot Video #HIGIENISME Challenge Ketiga di IGTV Baim Wong*
51. *Gambar 4.41 Screenshot Video #HIGIENISME Challenge Keempat di IGTV Baim Wong*
52. *Gambar 4.42 Screenshot Video #HIGIENISME Challenge Kelima di IGTV Baim Wong*
53. *Gambar 4.43 Konten Hidup Sehat dan Bersih Coway Indonesia*
54. *Gambar 4.44 Data Pengguna Instagram di Indonesia*
55. *Gambar 4.45 Data Pengguna Instagram Indonesia Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin*
56. *Gambar 4.46 Screenshot video #HIGIENISME di akun Instagram Bimoky*
57. *Gambar 4.47 Screenshot video #HIGIENISME di akun Instagram Edho Zell*
58. *Gambar 4.48 Screenshot foto #HIGIENISME di akun Instagram Dhini Amiarti*
59. *Gambar 4.49 Screenshot video #HIGIENISME di akun Instagram Irvan Farhad*
60. *Gambar 4.50 Screenshot foto #HIGIENISME di akun Instagram Ibnu Jamil*
61. *Gambar 4.51 Profile Instagram Coway Indonesia*
62. *Gambar 4.52 Screenshot Feeds Instagram Coway Indonesia*

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir .....	38
-----------------------------------	----