

ABSTRAK

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh seorang influencer untuk mencegah para pengikutnya melakukan impulsive buying setelah melihat konten-konten bersponsor yang diunggah di Instagram adalah dengan menerapkan sponsorship disclosure. @lucedaleco merupakan salah satu influencer yang telah menerapkan praktik sponsorship disclosure. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang mengenai pemaknaan followers terhadap sponsorship disclosure yang diterapkan oleh @lucedaleco di Instagram. Adapun konsep yang digunakan untuk menganalisis fenomena dalam penelitian ini yaitu sponsorship disclosure milik Abdullahi (2020) dengan indikator yang relevan seperti pengenalan iklan, dan skeptisisme. Peneliti juga mengadopsi elemen influencer media sosial dan receiver atau penerima dalam model komunikasi influencer media sosial milik Gerrit Sundermann & Thorsten Raabe (2019) untuk menganalisis @lucedaleco sebagai sumber informasi dan followers sebagai penerima yang menerima pesan / informasi dari @lucedaleco. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi untuk melihat bagaimana pemaknaan followers terhadap sponsorship disclosure pada akun influencer Instagram @lucedaleco. Hasilnya, sponsorship disclosure pada akun influencer Instagram @lucedaleco dimaknai oleh informan penelitian sebagai langkah cerdas karena mempertegas sifat konten bersponsor di Instagram sehingga membuat followers semakin bijak dan sadar dalam melakukan kegiatan konsumsi. Keenam informan menegosiasikan informasi yang diterima dari influencer Instagram dengan wacana yang diperoleh dari sumber lain, kredibilitas sumber informasi dan kontrol diri mereka dalam kaitannya dengan aktivitas konsumsi. Latar belakang sosio—kultural, kemampuan berpikir kritis, kontrol diri, dan frekuensi dalam bermedia sosial juga berperan dalam pembentukan posisi decoding.

Kata kunci: *sponsorship disclosure, analisis resepsi, influencer Instagram*

ABSTRACT

Sponsorship disclosure is one of the practices to prevent followers from buying impulsively after seeing sponsored content uploaded by influencers on Instagram. @lucedaleco is one of the influencers who has implemented the sponsorship disclosure practice. This study aims to explain the meaning of followers on sponsorship disclosures implemented by @lucedaleco on Instagram. The concept used in this study is Abdullahi's (2020) sponsorship disclosure with relevant indicators such as advertising recognition and skepticism. Researchers also adopted social media influencer and receiver elements in the social media influencer communication model by Gerrit Sundermann & Thorsten Raabe (2019) to analyze @lucedaleco as a source of information and followers as recipients who receive messages or information from @lucedaleco. This study uses the reception analysis method to see how followers interpret the meaning of sponsorship disclosure on the Instagram influencer account @lucedaleco. As a result, sponsorship disclosure on Instagram influencer accounts @lucedaleco interpreted by research informants as a smart move because it emphasizes the nature of sponsored content on Instagram so as to make followers wiser and more aware of carrying out consumption activities. Six informants negotiated information received from Instagram influencers with discourse obtained from other sources, the credibility of the information source and their self-control in relation to consumption activities. Socio-cultural background, critical thinking skills, self-control, and frequency in using social media also play a role in the formation of decoding positions.

Keywords: *sponsorship disclosure, reception analysis, Instagram influencer*



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Sponsorship Disclosure di Instagram (Analisis Resepsi Followers Pada Akun Influencer Instagram @lucedaleco)

FUZNA RAISA M, Prof. Dr. Phil. Ana Nadhya Abrar, M.E.S.

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>