



**RESEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM
@WARDAHBEAUTY PADA KONTEN KAMPANYE
#TERUSKANLANGKAHBAIKMU
BERSAMA PUTRI TANJUNG TENTANG CITRA *BRAND***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AZZAHRA PUTRI MALIK
44222010082**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2026**



**RESEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM
@WARDAHBEAUTY PADA KONTEN KAMPANYE
#TERUSKANLANGKAHBAIKMU
BERSAMA PUTRI TANJUNG TENTANG CITRA *BRAND***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



**AZZAHRA PUTRI MALIK
44222010082**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Putri Malik
NIM : 44222010082
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Resepsi *Followers* Instagram @wardahbeauty Pada Konten Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung Tentang Citra *Brand*" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Januari 2026



Azzahra Putri Malik

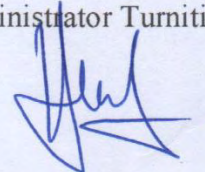
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Azzahra Putri Malik
NIM : 44222010082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Resepsi *Followers* Instagram @wardahbeauty Pada Konten Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung Tentang Citra *Brand*”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

Jakarta, 29 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

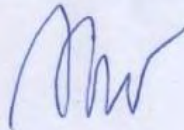
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Azzahra Putri Malik
NIM : 44222010082
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi *Followers* Instagram @wardahbeauty
Pada Konten Kampanye
#TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri
Tanjung Tentang Citra *Brand*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 23 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing



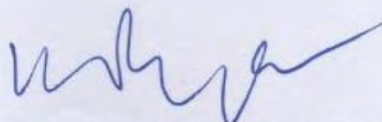
Prof. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si
NIDN/NUPTK: 0310016901

Jakarta, 29 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ahamad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi. Skripsi ini berjudul “Resepsi *Followers* Instagram @wardabeauty pada Konten Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung Tentang Citra *Brand*.” Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan baik dari segi pengetahuan maupun pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademik pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, dengan peminatan *Public Relations*. Adapun selama pembuatan Tugas Akhir ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Prof. Nurhayani Saragih Dr. M.Si yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing, memberikan motivasi, memberikan saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku ketua sidang atas waktu, perhatian, masukkan untuk kesempurnaan Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Bapak Gufroni Sakaril, S.Sos, M.M selaku dosen penguji atas dedikasi dalam menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.SI selaku Sekertaris Fakultas Ilmu Komunikasi Cabang Menteng, Universitas Mercu Buana.

8. Seluruh dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana atas ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
10. Kepada kedua orang tua penulis, Amih dan Apih, yang menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Doa yang tak pernah terputus, kasih sayang, kesabaran, serta dukungan yang selalu diberikan menjadi alasan utama penulis untuk terus bertahan.
11. Adik penulis, Mei, Kaka, Ano, yang dengan caranya sendiri selalu memberikan semangat, keceriaan, dan pengingat bagi penulis untuk tetap kuat dan tidak menyerah di tengah proses yang melelahkan.
12. Teruntuk sahabat penulis, Chal, Fifin, Sulung dan Bontot, yang senantiasa hadir sebagai tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan dukungan tanpa syarat. Kebersamaan, doa, serta dorongan yang diberikan menjadi penguat tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Seluruh teman - teman perkuliahan penulis yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, tetapi kehadiran kalian sangat berarti.
14. Seluruh informan penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktunya sebagai narasumber dalam Tugas Akhir yang disusun oleh peneliti.
15. Terakhir, untuk saya sendiri, Azzahra Putri Malik. Terima kasih sudah kuat sejauh ini, terima kasih tidak menyerah, berusaha dengan keras membanggakan diri sendiri, terima kasih telah berani melangkah dan percaya proses meski tidak mudah.

Terakhir, peneliti mempunyai harapan semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 20 Januari 2026

Azzahra Putri Malik

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Putri Malik
NIM : 44222010082
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi *Followers* Instagram @wardahbeauty
Pada Konten Kampanye
#TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri
TanjungTentang Citra *Brand*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Azzahra Putri Malik)

**RESEPSI *FOLLOWERS* INSTAGRAM @WARDABEAUTY PADA
KONTEN KAMPANYE #TERUSKANLANGKAHBAIKMU
BERSAMA PUTRI TANJUNG TENTANG CITRA *BRAND***

AZZAHRA PUTRI MALIK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi followers Instagram @wardahbeauty terhadap konten kampanye digital #TeruskanLangkahBaikmu bersama Putri Tanjung serta keterkaitannya dengan pembentukan citra brand Wardah. Variabel utama dalam penelitian ini adalah resepsi audiens terhadap pesan kampanye dan citra brand Wardah, di mana resepsi audiens dipahami melalui teori encoding–decoding Stuart Hall yang membagi posisi penerimaan audiens ke dalam tiga kategori, yaitu hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi, sedangkan citra brand dianalisis berdasarkan indikator strength of brand associations, favorability of brand associations, dan uniqueness of brand associations. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 13 orang followers Instagram @wardahbeauty yang telah menonton dan memahami konten kampanye #TeruskanLangkahBaikmu bersama Putri Tanjung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria informan aktif mengikuti akun @wardahbeauty dan memiliki ketertarikan terhadap isu pemberdayaan perempuan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi konten kampanye, dan studi literatur, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis resepsi dengan model encoding–decoding Stuart Hall. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi audiens terhadap pesan kampanye bersifat beragam. Pada pesan “Perempuan Punya Pilihan”, mayoritas informan berada pada posisi negosiasi, sedangkan pada pesan ajakan bagi perempuan yang memiliki privilege untuk membuka akses bagi perempuan lain, sebagian besar informan berada pada posisi hegemonik dominan. Secara keseluruhan, kampanye #TeruskanLangkahBaikmu dimaknai secara positif dan mampu memperkuat citra Wardah sebagai brand kosmetik halal yang peduli terhadap pemberdayaan perempuan dan isu sosial, meskipun terdapat perbedaan pemaknaan yang dipengaruhi oleh latar belakang sosial informan.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Encoding–Decoding*, Kampanye Digital, Citra Brand.

**RECEPTION OF @WARDAHBEAUTY INSTAGRAM FOLLOWERS
ON THE #TERUSKANLANGKAHBAIKMU CAMPAIGN CONTENT
FEATURING PUTRI TANJUNG REGARDING BRAND IMAGE**

AZZAHRA PUTRI MALIK

ABSTRACT

This study aims to analyze the reception of @wardahbeauty Instagram followers toward the #TeruskanLangkahBaikmu digital campaign featuring Putri Tanjung and its relation to the formation of Wardah's brand image. The main variables examined in this study are audience reception toward campaign messages and Wardah's brand image, where audience reception is analyzed using Stuart Hall's encoding-decoding theory, which categorizes audience positions into dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional readings, while brand image is interpreted through the indicators of strength of brand associations, favorability of brand associations, and uniqueness of brand associations. This research adopts a constructivist paradigm with a qualitative descriptive approach. The sample consists of 13 followers of the @wardahbeauty Instagram account who have watched and understood the #TeruskanLangkahBaikmu campaign content. The sampling technique used is purposive sampling, with criteria including active followers of @wardahbeauty and individuals who show interest in women's empowerment issues. Data were collected through in-depth interviews, content observation, and literature review, while data analysis was conducted using reception analysis based on Stuart Hall's encoding-decoding model. Data validity was ensured through source triangulation. The findings reveal that audience reception toward the campaign messages varies across different positions. The message emphasizing that "Women Have Choices" was predominantly received in a negotiated position, in which informants generally accepted the message but adjusted its meaning according to their social realities. Meanwhile, the message encouraging women with social privilege to open access and opportunities for other women was mostly received in a dominant-hegemonic position. Overall, the #TeruskanLangkahBaikmu campaign is interpreted positively and is considered effective in strengthening Wardah's image as a halal cosmetic brand that is socially responsible and supportive of women's empowerment, although differences in interpretation remain influenced by the diverse social backgrounds of the audience.

Keywords: Reception Analysis, Encoding-Decoding, Digital Campaign, Brand Image.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Korporat	21
2.2.3 Public Relations	22
2.2.4 Kampanye	24
2.2.5 Media Public Relations (PR)	25
2.2.6 Citra Brand	29
2.2.7 Encoding - Decoding	31
2.2.8 Analisis Resepsi	32
2.2.9 Khalayak Aktif	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian	37

3.2	Metode Penelitian	38
3.3	Unit Analisis	39
3.4	Subyek Penelitian	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.7	Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	47
4.1.2	Visi dan Misi Wardah	47
4.1.3	Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu	48
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Gambaran Informan	53
4.2.2	Resepsi Followers Terkait “Wanita Punya Pilihan” Berdasarkan Ungkapan Putri Tanjung Dalam Video Kampanye	59
4.2.3	Resepsi Followers Terkait Ajakan Putri Tanjung Agar Perempuan Yang Memiliki Privilege Membuka Akses Bagi Perempuan Berdasarkan Ungkapan Putri Tanjung Dalam Video Kampanye	59
4.2.4	Resepsi Followers Terkait Konten #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung Tentang Citra Brand	72
4.3	Pembahasan	78
4.3.1	Resepsi Followers Pada Isi Pesan Konten Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung.....	83
4.3.2	Resepsi Followers Terkait Konten #TeruskanLangkahBaikmu Bersama Putri Tanjung Tentang Citra Brand	97
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran	103
5.2.1	Saran Akademis.....	103
5.2.2	Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN.....		110

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Tabel Unit Analisis	40
Tabel 3 2 Subyek Penelitian.....	42
Tabel 4. 1 Transkrip Video	50
Tabel 4. 2 Resepsi Informan Perempuan Punya Pilihan	65
Tabel 4. 3 Resepsi Informan Terkait Ajakan Putri Tanjung	72
Tabel 4. 4 Resepsi Informan Tentang Citra Brand	78
Tabel 4.5 Tabel Hasil Posisi Followers	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data We Are Social Platform Media Sosial Paling Sering Digunakan.....	1
Gambar 1.2 Kampanye Beauty Moves You	3
Gambar 1.3 Kampanye #TeruskanLangkahBaikmu.....	4
Gambar 1.4 Konten Kampanye Bersama Putri Tanjung.....	5
Gambar 1.5 Komentar yang Menunjukkan Interpretasi Dominan	6
Gambar 1.6 Komentar yang Menunjukkan Interpretasi Negosiasi.....	6
Gambar 4 1 Konten Reels Wardah bersama Putri Tanjung.....	50

