



**RESEPSI KHALAYAK MENGENAI *BRAND AMBASSADOR*
KIM MINGYU PADA PRODUK INNISFREE DI INSTAGRAM
@innisfreeofficial**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**JIHAN ALFIKA ABU BAKAR
44222010038**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jihan Alfika Abu Bakar

NIM : 44222010038

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador* Kim Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram @Innisfreeofficial” 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, 31 Januari 2026



Jihan Alfika Abu Bakar

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Jihan Alfika Abu Bakar

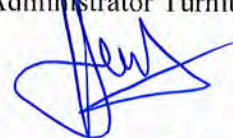
NIM : 44222010038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador* Kim Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram @innisfreeofficial”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 9%

Jakarta, 30 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 : Jihan Alfika Abu Bakar
NIM : 44222010038
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador* Kim
Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram
@Innisfreeofficial

Telah berhasil dipertahankan pada sidang pada tanggal 24 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

Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom., M.Ikom
NIDN/NUPTK: 0303078802

Jakarta, 02 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan 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
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M. Soc.Sc, Ph.D MA selaku ketua sidang atas waktu, perhatian, dan masukkan untuk kesempurnaan Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Bapak Mochammad Taufiq Hidayat, M.I.Kom selaku dosen penguji atas dedikasi dalam menguji dan memberikan pandangan akademis yang sangat berarti untuk menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Sekretaris Fakultas Ilmu Komunikasi Cabang Menteng, Universitas Mercu Buana.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan dan dukungan kepada peneliti selama di dalam maupun luar perkuliahan.
9. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
10. Terima kasih kepada kedua orangtua peneliti Bapak Hasan Abubakar dan Ibu Zuziah Al Qoronny yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
11. Terima kasih untuk adik tercinta yaitu Zea yang telah memberikan semangat, kasih sayang, dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Kepada sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, tetapi kehadiran kalian sangat berarti.

13. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.
14. Seluruh informan yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini dan telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam proses penelitian.
15. Terakhir, terima kasih kepada penulis, Jihan Alfika Abu Bakar yang telah bertahan, berusaha, dan tidak menyerah dengan perjalanan dan proses sejauh ini.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 26 Januari 2026
Jihan Alfika Abu Bakar

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Jihan Alfika Abu Bakar
NIM : 44222010038
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador*
Kim Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram
@Innisfreeofficial

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, 31 Januari 2026

Yang menyatakan,



Jihan Alfika Abu Bakar

**Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador* Kim Mingyu Pada Produk
Innisfree di Instagram @Innisfreeofficial
Jihan Alfika Abu Bakar**

ABSTRAK

Innisfree memanfaatkan akun Instagram @innisfreeofficial untuk membangun citra identitas baru merek dengan menunjuk Kim Mingyu sebagai *Brand Ambassador*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi khalayak mengenai *Brand Ambassador* Kim Mingyu pada produk Innisfree di akun Instagram @innisfreeofficial. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah analisis resepsi berdasarkan teori Stuart Hall, yang menekankan bagaimana khalayak memaknai pesan melalui proses *encoding* dan *decoding* dan *brand ambassador* berdasarkan konsep Kotler dan Keller. Dalam teori *encoding-decoding* terdapat tiga posisi penerimaan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Penelitian melibatkan wawancara mendalam dengan sepuluh informan yang merupakan pengikut akun Instagram @innisfreeofficial. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan lima informan berada pada posisi dominan, menerima sepenuhnya *Brand Ambassador* Kim Mingyu sebagai representasi kulit sehat yang selaras dengan identitas Innisfree. Tiga informan menempati posisi negosiasi, menafsirkan pesan secara kritis karena adanya kendala dalam konten serta keraguan terhadap relevansi produk dengan kebutuhan kulit khalayak lokal. Sementara itu, terdapat dua informan berada pada posisi oposisi, menilai konten visual terlalu berfokus pada figur idola dari BA sehingga menggeser substansi informasi mengenai produk dan secara kritis mengidentifikasi penggunaan BA sebagai daya tarik semata yang mendominasi informasi edukasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa representasi visual Kim Mingyu berhasil membangun citra baru yang modern bagi Innisfree, meski pemaknaan khalayak bervariasi tergantung pada latar belakang pengetahuan dan pengalaman masing-masing individu.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Brand Ambassador*, Innisfree, Instagram.

**Resepsi Khalayak Mengenai *Brand Ambassador* Kim Mingyu Pada Produk
Innisfree di Instagram @Innisfreeofficial
Jihan Alfika Abu Bakar**

ABSTRACT

Innisfree utilizes the @innisfreeofficial Instagram account to build a new brand identity image by appointing Kim Mingyu as a Brand Ambassador. This study aims to determine how the public receives Brand Ambassador Kim Mingyu on Innisfree products on the @innisfreeofficial Instagram account. This research approach uses a qualitative method with a constructivism paradigm. The method used is reception analysis based on Stuart Hall's theory, which emphasizes how the audience interprets messages through the encoding and decoding process and brand ambassadors based on the concept of Kotler and Keller. In the encoding-decoding theory there are three reception positions, namely dominant, negotiating, and oppositional. The study involved in-depth interviews with ten informants who are followers of the @innisfreeofficial Instagram account. The data validity technique in this study used the source triangulation technique. The results showed that five informants were in a dominant position, fully accepting Brand Ambassador Kim Mingyu as a representation of healthy skin that is in line with Innisfree's identity. Three informants occupied a negotiating position, interpreting messages critically due to constraints in the content and doubts about the product's relevance to the skin needs of local audiences. Meanwhile, two informants took the opposite position, judging the visual content to be too focused on the idol figure of BA, thus displacing the substance of the product information. They also critically identified the use of BA as a mere attraction that dominated the product's educational information. This suggests that Kim Mingyu's visual representation successfully constructed a new, modern image for Innisfree, although audience interpretations varied depending on each individual's background knowledge and experience.

Keywords: Reception Analysis, Brand Ambassador, Innisfree, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
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	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian teoritis.....	20
2.2.1 Audience Reception Theory.....	20
2.2.2 Brand Ambassador	25
2.2.3 New Media	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subjek Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Profile Innisfree.....	45

4.1.2	Ekspansi e-commerce dan adaptasi digital	47
4.1.3	Media Komunikasi Brand	48
4.1.4	Konten Visual dengan Kim Mingyu	49
4.1.5	Persona Kim Mingyu Sebagai Brand Ambassador.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Profil Informan.....	53
4.2.2	Pengetahuan Informan Mengenai Brand Ambassador Kim Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram @innisfreeofficial	56
4.2.3	Resepsi Informan Mengenai Transparansi.....	59
4.2.4	Resepsi Informan Mengenai Kesesuaian	66
4.2.5	Resepsi Informan Mengenai Kredibilitas.....	73
4.2.6	Resepsi Informan Mengenai Daya	81
4.2.7	Resepsi Informan Mengenai Power	88
4.3	Pembahasan	99
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran.....	111
5.2.1	Saran Akademis	111
5.2.2	Saran Praktis.....	111
	Daftar Pustaka.....	112
	LAMPIRAN 1.....	115
	LAMPIRAN 2.....	123
	LAMPIRAN 3.....	236
	LAMPIRAN 4.....	239

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Unggahan di Akun Instagram @Innisfreeofficial bersama Kim Mingyu	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Tentang Resepsi Khalayak Mengenai Brand Ambassador Kim Mingyu Pada Produk Innisfree di Instagram @innisfreeofficial	18
Tabel 3. 1 Subjek Penelitian 2025	36
Tabel 4.1 Matriks Temuan Resepsi Khalayak Terhadap Brand Ambassador	96
Tabel 4.2 Matriks Pembahasan Temuan	97
Tabel 4.3 Matriks Pola Resepsi	97
Tabel 4.4 Tabel Posisi Khalayak dalam Memaknai Brand Ambassador Kim Mingyu Pada Produk Innisfree.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Negara Dengan Antusiasme Tertinggi Terhadap Budaya Korea K-pop 2024.....	1
Gambar 1. 2 Data Tren Individu Boy Group K-pop April 2024	3
Gambar 1. 3 Profil Instagram @innisfreeofficial	5
Gambar 1. 4 Engagement Instagram @innisfreeofficial	6
Gambar 1. 5 Unggahan di @innisfreeofficial dengan Kim Mingyu Sebagai Brand Ambassador.....	7
Gambar 1. 6 Data Pengguna Internet di Dunia.....	8
Gambar 1. 7 Data Pengguna Instagram di Dunia	9
Gambar 4.1 Logo Innisfree.....	45
Gambar 4.2 Postingan Mingyu di website Innisfree	46
Gambar 4.3 Profil Instagram Innisfree	48
Gambar 4.4 YouTube Innisfree	48
Gambar 4.5 TikTok Innisfree	48
Gambar 4.6 Website Innisfree	49
Gambar 4.7 Feeds Instagram Innisfree dengan Kim Mingyu	49
Gambar 4.8 Reels Instagram Innisfree dengan Kim Mingyu.....	50
Gambar 4.9 Highlight dan Konten TikTok Innisfree	51