



**ANALISIS RESEPSI PENGIKUT INSTAGRAM @ Nandaarsynt  
SEBAGAI KONTEN KREATOR KECANTIKAN**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**FEBRITA TRI KARTIKA**  
**44521010008**

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



**ANALISIS RESEPSI PENGIKUT INSTAGRAM @ Nandaarsynt  
SEBAGAI KONTEN KREATOR KECANTIKAN**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**FEBRITA TRI KARTIKA**  
**44521010008**

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

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febrita Tri Kartika

NIM : 44521010008

Fakultas/Program Studi : ilmu komunikasi/Digital komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: “Analisis Resepsi Pengikut Instagram @Nandaarsynt Sebagai Konten Kreator Kecantikan” 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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2026



Febrita Tri Kartika

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Febrita Tri Kartika  
NIM : 44521010008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Komunikasi

Dengan judul “ Analisis Resepsi Pengikut Instagram @Nandaarsynt Sebagai Konten Kreator Kecantikan ” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 17%

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 25 februari 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](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Febrita Tri Kartika  
NIM : 44521010008  
Fakultas/Program Studi : ilmu komunikasi/Digital komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Pengikut Instagram @Nandaarsynt  
Sebagai Konten Kreator Kecantikan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 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



Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIDN/NUPTK: 0322029302

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 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 dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang Berjudul “Analisis Resepsi Pengikut Instagram @nandaarsynt Sebagai Konten Kreator Kecantikan” ini dapat terselesaikan dengan baik. Dukungan serta do’a dari orang tuaku tercinta yang telah mendampingi peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dukungan moril maupun materil membuat semangat peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Do’a terus menerus dari orang tua sehingga memberikan kekuatan spiritual dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari selama pengerjaan Tugas Akhir banyak pihak yang telah membantu, perkenankan peneliti untuk menyampaikan Terima Kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan motivasi dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir ini, antara lain peneliti tujuan kepada :

1. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan bimbingan, saran, semangat, waktu dan juga nasihat yang sangat bermanfaat sehingga peneliti bisa tepat waktu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA selaku Ketua Sidang
7. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Penguji Ahli
8. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom, M.A, M.B.A., selaku Sekretaris

Program Studi Ilmu Komunikasi vii

9. Nanda Arsynta selaku konten kreator yang peneliti pilih sebagai objek penelitian
10. Ayahanda Kartam, seorang ayah hebat yang sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana serta menjadi alasan penulis masih bertahan sampai saat ini. Terima kasih engkau selalu memberikan kasih sayang yang sangat luar biasa besar, nasihat, motivasi, semangat dan doa yang terbaik untuk putri kecilmu ini.
11. Ibunda Titi Dahyanah yang sangat kucintai, kusayangi, dan yang paling bearti dalam hidupku. Terima Kasih atas kebaikanmu selama di dunia ini, sehingga membuat penulis bisa merasakan bangku kuliah dan menyelesaikan Tugas Akhir ini, walaupun pada akhirnya penulis harus berjuang berlatih sendiri tanpa Ibu temani. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan ibu ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
12. Anggota grup ‘Sama Kelasnya’, Arfianti Rahmadani, Nanda Calista, Marshanda Anggita, Dhayana Pramudhita, Eltra Irene, Nia Choirunisa, Kayla Rosantya, dan Khansa Aurelia yang selalu kebersamai dalam 3,5 tahun dibangku perkuliahan ini, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan menyakinkan penulis bahwa segala masalah yang dihadapi selama proses Tugas Akhir ini akan berakhir
13. Dhayana Pramudhita, Nur Fadhillah, Sintia Wulan Amalia, Afan Algifari, Nia Choirunnisa, Dan Selvina Ika Retnowati selaku informan yang sudah meluangkan waktu dan mengutarakan pendapatnya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Kepada semua pihak yang sudah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan kalian semua. Aamiin.
15. Terakhir, kepada diri saya sendiri Febrita Tri Kartika. Terima kasih sudah bertahan atas segala perjuangan, air mata dalam perjalanan panjang ini,

meskipun sering ingin menyerah dan merasa putus asa. Terima kasih karena selalu melibatkan Allah SWT dalam perjuanganmu dan mengizinkan Allah vili SWT untuk menjadi batu sandaranmu. Apapun kurang dan lebihmu, mari merayakan sendiri.

Meskipun peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, peneliti berharap agar nantinya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang yang telah membacanya dan peneliti juga mengharapkan adanya dukungan lain dalam bentuk saran, masukan ataupun kritik dari berbagai pihak agar Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 17 Januari 2026



Febrita Tri Kartika



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Febrita Tri Kartika  
NIM : 44521010008  
Fakultas/Program Studi : ilmu komunikasi/Digital komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Pengikut Instagram @Nandaarsynt  
Sebagai Konten Kreator Kecantikan

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, 19 Februari 2026  
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Febrita Tri Kartika

**ANALISIS RESEPSI PENGIKUT INSTAGRAM @NANDAARSYNT  
SEBAGAI KONTEN KREATOR KECANTIKAN  
FEBRITA TRI KARTIKA**

**ABSTRAK**

Dalam media digital sekarang ini, media sosial terutama Instagram berkembang menjadi ruang komunikasi yang tidak hanya menampilkan visual, tetapi juga menyampaikan pesan yang dapat membentuk persepsi audiens. Dan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan adalah adanya seorang influencer/konten kreator. Maka, Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana pengikut instagram menafsirkan konten @nandaarsynt sebagai konten kreator kecantikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan Paradigma konstruktivisme-interpretivisme. Metode yang digunakan analisis resepsi Stuart Hall, memposisikan informan dalam tiga posisi yaitu Hegemoni Dominan, Negosiasi, Oposisi. Audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi mereka juga aktif dalam menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan enam informan, yang memberikan wawasan tentang respon mereka terhadap konten-konten dalam instagram.

Hasil penelitian menyatakan bahwa mayoritas informan berada pada posisi dominant Hegemonic, menerima konten Nanda sebagai dapat dipercaya, inspiratif, dan menarik secara visual karena penyampaian jujur, visual estetik, serta pengaruh positif pada pemilihan produk kecantikan dan gaya hidup. meski beberapa menyesuaikan makna berdasarkan pengalaman pribadi, sosial-ekonomi, dan latar belakang pribadi.

Sehingga menjelaskan bahwa pengikut instagram dalam akun @nandaarsynt terbukti kontennya dapat membangun persepsi kecantikan dan gaya hidup yang diterima luas, dengan dampak berbeda sesuai konteks individu. Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital sekaligus memberi masukan praktis bagi konten kreator.

**Kata Kunci : Resepsi, Instagram, Stuart Hall, Kecantikan, Konten Kreator**

**ANALYSIS OF THE RECEPTION OF INSTAGRAM FOLLOWERS  
@NANDAARSYNT AS A BEAUTY CONTENT CREATOR  
FEBRITA TRI KARTIKA**

***ABSTRACT***

In today's digital media, social media especially Instagram, has evolved into a communication space that not only displays visuals but also conveys messages that can shape audience perceptions. And one form of communication that is carried out is the presence of an influencer/content creator. Therefore, this research aims to analyze how Instagram followers interpret @nandaarsynt's content as a beauty content creator. This research uses a descriptive qualitative approach with a constructivism-interpretivism paradigm. The method used is Stuart Hall's reception analysis, positioning informants in three positions: Dominant Hegemony, Negotiation, Opposition. The audience does not just passively receive messages, but they are also active in interpreting the messages based on their backgrounds. Data was collected thru in-depth interviews with six informants, who provided insights into their responses to content on Instagram.

The research results indicate that the majority of informants are in a dominant hegemonic position, perceiving Nanda's content as trustworthy, inspiring, and visually appealing due to its honest delivery, esthetic visuals, and positive influence on beauty and lifestyle product choices. even tho some adjust the meaning based on personal experiences, socio-economic status, and personal background.

Thus, it explains that followers on the Instagram account @nandaarsynt have proven that its content can builds widely accepted perceptions of beauty and lifestyle, with varying impacts according to individual contexts. This research enriches the study of digital communication while also providing practical insights for content creators.

Keywords: Reception, Instagram, Stuart Hall, Beauty, Content Creator

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i></b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.1 Kajian Teoritis .....	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2 Komunikasi Digital.....	23
2.2.3 Media Sosial .....	24

2.2.3.1 Instagram.....	24
2.2.4 Konten Media Sosial.....	25
2.2.4.1 Konten Kecantikan Di Media Sosial.....	25
2.2.4.2 Konten Traveling .....	27
2.2.4.3 Konten Lifestyle.....	28
2.2.5 Analisis Resepsi.....	30
2.2.6 Konten Kreator .....	33
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian .....	35
3.3 Subyek Penelitian .....	36
3.3.1 Informan .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Data Primer .....	38
3.4.2 Data Sekunder .....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 Profil Nanda Arsynta .....	43
4.1.2 Kategori Konten Instagram @nandaarsynt.....	44
4.1.2.1 Review dan Rekomendasi Produk Kecantikan .....	44
4.1.2.2 Traveling .....	45
4.1.2.3 Fashion dan OOTD ( <i>Outfit Of The Day</i> ).....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Daya Tarik Pada Akun Instagram @nandaarsynt.....	46
4.2.2 Penerimaan Informan Terhadap Konten diInstagram Nanda Arsynta Sebagai Konten Kreator Kecantikan .....	47
4.2.3 Penerimaan Informan Terhadap Cara Nanda Membangun Citra	

Pribadinya Dalam Konten Kecantikan .....	49
4.2.4 Penerimaan Informan Mengenai Pengaruh Dari Konten Yang Di Bagikan Dalam Instagram Nanda Dalam Pemilihan Produk Kecantikan.....	50
4.2.5 Penerimaan Informan Memiliki Keinginan Untuk Mencoba Dari Konten Yang Di Bagikan Dalam Instagram Nanda Dalam Pemilihan Produk Kecantikan .....	51
4.2.6 Penerimaan Informan Mengenai Apa Yang Membuat Nanda Berbeda Dari Konten Kreator Kecantikan Lainnya di Instagram.....	53
4.2.7 Penerimaan Informan Mengenai Pengaruh Nanda Dalam Membentuk Pandangan Tentang Kecantikan Di Media Sosial .....	54
4.2.8 Penerimaan Informan Terhadap Cara Nanda Membangun Citra Pribadinya Dalam Konten Traveling .....	56
4.2.9 Penerimaan Informan Mengenai Pengaruh Dari Konten Yang Di Bagikan Dalam Instagram Nanda Dari Segi Aktivitas Traveling.....	58
4.2.10 Penerimaan Informan Memiliki Keinginan Untuk Mencoba Dari Konten Yang Di Bagikan diInstagram Nanda Dalam Segi Aktivitas Traveling .....	59
4.2.11 Penerimaan Informan Terhadap Cara Nanda Membangun Citra Pribadinya Dalam Konten Lifestyle .....	61
4.2.12 Penerimaan Informan Mengenai Pengaruh Dari Konten Yang Di Bagikan Dalam Instagram Nanda Dalam Segi Gaya Hidup.....	63
4.2.13 Penerimaan Informan Mengenai Memiliki Keinginan Untuk Mencoba Lifestyle Dari Konten Yang diUnggah Nanda diDalam Instagramnya.....	64
4.2.14 Penerimaan Informan Mengenai Pengaruh Nanda Dalam Membentuk Pandangan Tentang Gaya Hidup Di Media Sosial .....	66
4.3 Pembahasan .....	67
<b>BAB V.....</b>	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis .....	81

5.2.2 Saran Praktis .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 konten kecantikan Nanda Arsynta.....	2
Gambar 1. 2 Konten Traveling Nanda Arsynta .....	3
Gambar 1. 3 Konten Lifestyle Nanda Arsynta.....	4
Gambar 1. 4 Komentar negatif pada konten traveling .....	5
Gambar 1. 5 Data Platform Instagram selama bulan September .....	6
Gambar 1. 6 Instagram Nanda Arsynta.....	8
Gambar 1. 7 Foto Nanda Arsynta .....	43
Gambar 1. 8 Akun Instagram Nanda “Konten Review dan Rekomendasi Produk Kecantikan “.....	44
Gambar 1. 9 Akun Instagram Nanda “Konten Traveling”.....	45
Gambar 1. 10 Akun Instagram Nanda “Konten Fashion”.....	45



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2. 2 Data Informan .....	38
Tabel 4. 1 Matrix Penerimaan Informan Pada Konten Kecantikan .....	69
Tabel 4. 2 Matrix Penerimaan Informan Pada Konten Traveling .....	71
Tabel 4. 3 Matrix Penerimaan Informan Pada Konten LifeStyle.....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara .....	85
Lampiran 2. Bukti Wawancara .....	106
Lampiran 3. Curriculum Vitae (CV) .....	110

