ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NICHOLAS SAPUTRA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR SKINTIFIC DALAM KAMPANYE '*REPAIR YOUR SKIN BARRIER*' DI INSTAGRAM

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

INTAN NURAINI PULUNGAN

44222010099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NICHOLAS SAPUTRA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR SKINTIFIC DALAM KAMPANYE *'REPAIR YOUR SKIN BARRIER'* DI INSTAGRAM

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

INTAN NURAINI PULUNGAN

44222010099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Intan Nuraini Pulungan
NIM	:	44222010099
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Analisis Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye 'Repair Your Skin Barrier' di Instagram" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apa pun, serta tidak melanggar hukum atau hak pihak mana pun.

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, 24 Agustus 2026



Intan Nuraini Pulungan

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama	: Intan Nuraini Pulungan
NIM	: 44222010099
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Ilmu Komunikasi

Dengan judul " ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NICHOLAS SAPUTRA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR SKINTIFIC DALAM KAMPANYE 'REPAIR YOUR SKIN BARRIER' DI INSTAGRAM" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 5 September 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 14%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 September 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.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

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Intan Nuraini Pulungan
NIM : 44222010099
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye 'Repair Your Skin Barrier' di Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 24 Agustus 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

(Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom)
NIDN/NUPTK: 0323128306

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)	(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK:0318116602	NIDN/NUPTK:0301117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Adapun judul tugas akhir yang saya ajukan adalah "ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NICHOLAS SAPUTRA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR SKINTIFIC DALAM KAMPANYE 'REPAIR YOUR SKIN BARRIER' DI INSTAGRAM." Tugas akhir ini diajukan sebagai syarat kelulusan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin tercapai tanpa dedikasi tinggi dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., 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., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan kesabaran sepanjang proses penulisan ini.
6. Bapak Dr. A. Rahman HI, M.Si. selaku Ketua Sidang, atas waktu, arahan, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga proses sidang skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
7. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Ahli. atas ilmu, arahan, kritik, dan saran yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.
8. Khususnya kepada kedua orang tua saya tercinta, Ibu Sri Waltini dan Ayah saya (Alm.) Irwan Pulungan serta Om saya Ade Wahab Sulaiman penulis

lib.mercubuana.ac.id

mengucapkan Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta dan om yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih atas segala kepercayaan dan semangat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada ibu,ayah dan om. Dan untuk ayah penulis tercinta Alm Irwan Pulungan, seandainya waktu dapat kembali, ada satu hal yang paling penulis inginkan: melihat Ayah hadir dan menyaksikan pencapaian ini. Seharusnya Ayah ada di sini, melihat sejauh mana langkah yang telah penulis tempuh. Namun, meski raga Ayah telah tiada, kasih sayang, doa, dan segala perjuangan Ayah akan selalu hidup dalam setiap langkah penulis. Skripsi ini penulis persembahkan untuk Ayah, sebagai bukti bahwa perjuangan dan cinta Ayah tidak pernah sia-sia.

9. Saudara saya tercinta abang saya Toras Ajis Pulungan serta adik saya Indah Trihapsari Pulungan yang telah memberikan semangat, doa, dan nasihat yang baik selama proses penelitian ini berlangsung.
10. Kepada sahabat terbaik penulis, Ari Dwi Andika yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian ini serta menemani dan memberikan semangat dan menjadi sumber inspirasi.

Semoga Allah memberkati usaha dan dedikasi saya dalam menyusun tugas akhir ini. Saya menyadari bahwa masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut, mengingat keterbatasan pemahaman saya, dan berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan.

Jakarta, 24 Agustus 2026



Intan Nuraini Pulungan

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Intan Nuraini Pulungan
NIM : 44222010099
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye 'Repair Your Skin Barrier' di Instagram

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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 24 Agustus 2026
Yang menyatakan,



(Intan Nuraini Pulungan)

lib.mercubuana.ac.id

“ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NICHOLAS SAPUTRA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR SKINTIFIC DALAM KAMPANYE ‘REPAIR YOUR SKIN BARRIER’ DI INSTAGRAM”

INTAN NURAINI PULUNGAN

ABSTRAK

Instagram menjadi ruang penting bagi komunikasi pemasaran skincare karena menggabungkan pesan visual, interaksi, dan partisipasi khalayak. Skintific dipilih karena memiliki performa pasar yang kuat serta konsisten mengangkat edukasi *skin barrier*. Nicholas Saputra dipilih sebagai fokus karena citranya yang tenang, selektif, dan minim kontroversi digunakan secara berkelanjutan dalam komunikasi Skintific. Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* Skintific dalam kampanye *Repair Your Skin Barrier* di Instagram.

Analisis menggunakan teori *Encoding/Decoding* Stuart Hall dengan posisi *Dominant-Hegemonic*, *Negotiated*, dan *Oppositional* untuk menjelaskan khalayak aktif. Karakter *brand ambassador* dibaca melalui VisCAP yang meliputi *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*.

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif deskriptif, dan analisis resepsi. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap delapan informan pengguna aktif Instagram berusia 21–38 tahun yang pernah terpapar kampanye dan memiliki pengalaman atau ketertarikan terhadap *skincare*. Data sekunder berasal dari observasi Instagram Skintific, dokumentasi kampanye, komentar publik, dan sumber pendukung. Analisis menggunakan model Miles dan Huberman, sedangkan keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber.

Hasil menunjukkan *visibility* terdiri atas enam informan dominan dan dua negosiasi; *credibility* lima dominan dan tiga negosiasi; *attraction* enam dominan dan dua negosiasi; serta *power* empat dominan dan empat negosiasi. Tidak ditemukan *Oppositional Position*. Berdasarkan jumlah pembacaan dominan, *visibility* dan *attraction* merupakan dimensi tertinggi, masing-masing enam dari delapan informan (75%). Nicholas Saputra berfungsi kuat sebagai penarik perhatian dan penguat citra Skintific, tetapi penerimaan khalayak tetap dinegosiasikan melalui kandungan, manfaat, kecocokan kulit, pengalaman, dan kebutuhan informasi yang dapat dipercaya.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, *Brand Ambassador*, Teori Stuart Hall, Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram.

lib.mercubuana.ac.id

"AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF NICHOLAS SAPUTRA AS SKINTIFIC BRAND AMBASSADOR IN THE 'REPAIR YOUR SKIN BARRIER' CAMPAIGN ON INSTAGRAM"

INTAN NURAINI PULUNGAN

ABSTRACT

Instagram is an important space for skincare marketing communication because it combines visual messages, interaction, and audience participation. Skintific was selected because of its strong market performance and consistent communication around *skin-barrier* education. Nicholas Saputra was selected because his calm, selective, and low-controversy public image has been used continuously in Skintific's communication. This study analyzes audience reception of Nicholas Saputra as Skintific's *brand ambassador* in the *Repair Your Skin Barrier* campaign on Instagram.

The analysis uses Stuart Hall's *Encoding/Decoding* theory through *Dominant-Hegemonic*, *Negotiated*, and *Oppositional* positions to explain active audiences. Brand ambassador characteristics are examined through the VisCAP dimensions of *visibility*, *credibility*, *attraction*, and *power*.
The study employs a constructivist paradigm, a descriptive qualitative approach, and reception analysis. Primary data were collected through semi-structured interviews with eight active Instagram users aged 21–38 who had been exposed to the campaign and had experience with or interest in skincare. Secondary data came from Skintific's Instagram, campaign documentation, public comments, and supporting sources. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model, with source triangulation used to examine credibility.

The findings show *visibility* with six dominant and two negotiated readings; *credibility* with five dominant and three negotiated; *attraction* with six dominant and two negotiated; and *power* with four dominant and four negotiated. No *Oppositional Position* was identified. By dominant readings, *visibility* and *attraction* were the strongest dimensions at six of eight informants (75%) each. Nicholas Saputra functions strongly as an attention cue and a reinforcement of Skintific's image, while audiences continue to negotiate the campaign through ingredients, benefits, skin suitability, experience, and the need for trustworthy information.

Keywords: Reception Analysis, Brand Ambassador, Stuart Hall Theory, Digital Marketing Communication, Instagram.

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK* ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 14
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4. Manfaat Penelitian 14
1.4.1 Manfaat Akademis 14
1.4.2 Manfaat Praktis 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.1.1 Novelty Penelitian 29
2.2 Landasan Teori 30
2.2.1 Komunikasi 30
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital 33
2.2.3 Kampanye Digital 35
2.2.4 Resepsi 37
2.2.5 Brand Ambassador 39

lib.mercubuana.ac.id

2.2.6 Media Baru 41
2.2.7 Media Sosial 42
2.2.8 Instagram 43
2.2.9 Khalayak 44
2.2.10 Khalayak Aktif 46
2.2.11 Citra dalam Perspektif Kehumasan 49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 51
3.1 Paradigma Penelitian 51
3.2 Metode Penelitian 51
3.3 Subjek Penelitian 52
3.4 Teknik Pengumpulan Data 58
3.4.1 Data Primer 58
3.4.2 Data Sekunder 58
3.5 Teknik Analisis Data 59
3.5.1 Unit Analisis Iklan 60
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 63
4.1.1 Profil Brand Skintific 63
4.1.2 Profil Brand Ambassador Nicholas Saputra 64
4.1.3 Profil Media Sosial Instagram @skintificid 65
4.2 Hasil Penelitian 65
4.2.1 Resepsi Khalayak terhadap *Visibility* (Visibilitas) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye *Repair Your Skin Barrier* di Instagram 66
4.2.2 Resepsi Khalayak terhadap *Credibility* (Kredibilitas) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye *Repair Your Skin Barrier* di Instagram 77
4.2.3 Resepsi Khalayak terhadap Attraction (Daya Tarik) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye *Repair Your Skin Barrier* di Instagram 89
4.2.4 Resepsi Khalayak terhadap Power (Kekuatan) Nicholas Saputra

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

sebagai Brand Ambassador Skintific dalam Kampanye *Repair Your Skin Barrier* di Instagram 101
4.2.5 Hasil Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 113
4.3 Pembahasan 116
4.3.1 Komunikasi Pemasaran Digital Skintific melalui Instagram..... 116
4.3.2 Peran Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador dalam Memperkuat Komunikasi Pemasaran Digital 119
4.3.3 Kredibilitas Nicholas Saputra dalam Membentuk Resepsi Khalayak 122
4.3.4 Citra Skintific dalam Perspektif Kehumasan..... 123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 125
5.1 Kesimpulan..... 125
5.2 Saran 127
5.2.1 Saran Akademis 127
5.2.2 Saran Praktis 127
DAFTAR PUSTAKA.....129
LAMPIRAN.....134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 2. 2 Novelty Penelitian..... 30
Tabel 3. 1 Data Informan 54
Tabel 4. 1 Resepsi Khalayak terhadap *Visibility* (Visibilitas) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 76
Tabel 4. 2 Resepsi Khalayak terhadap *Credibility* (Kredibilitas) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 88
Tabel 4. 3 Resepsi Khalayak terhadap Attraction (Daya Tarik) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 100
Tabel 4. 4 Resepsi Khalayak terhadap Power (Kekuatan) Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 112
Tabel 4. 5 Pemetaan Posisi Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 114
Tabel 4. 6 Matriks Keseluruhan Hasil Resepsi Khalayak terhadap Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Skintific 115

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Salah Satu Produk Skintific..... 1
Gambar 1. 2 Halaman Profil Instagram Skintific.id 2
Gambar 1. 3 "*Always there to take care of your skin*!"- di media Instagram 3
Gambar 1. 4 Behind the scenes @nicholassaputra with SKINTIFIC NEW Sensitive Moisture Gel di Reels Instagram Skintific, ... 4
Gambar 1. 5 Data Pengguna Instagram di Dunia..... 6
Gambar 3. 1 Nicholas Saputra Dalam Iklan Skintific..... 61

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PANDUAN WAWANCARA RISET 134
LAMPIRAN 2 RINGKASAN JAWABAN WAWANCARA PER INFORMAN 137
LAMPIRAN 3 DRAFT TRANSKRIP WAWANCARA 142
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI INFORMAN 182
LAMPIRAN 5 SURAT KETERANGAN PERNYATAAN WAWANCARA .. 184
LAMPIRAN 6 CURRICULUM VITAE 192

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id