



**ANALISIS RESEPSI *FOLLOWERS* MENGENAI  
KONTEN INSTAGRAM @BEAUTYHAULINDO**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public  
Relations**

**Disusun Oleh:**

**JUNITA NURUL IZZAH**

**44218010026**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Junita Nurul Izzah

NIM : 44218010026

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul : **ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI  
KONTEN INSTAGRAM @BEAUTYHAULINDO**

Jakarta, 15 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Novi Erlita, S.Sos, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

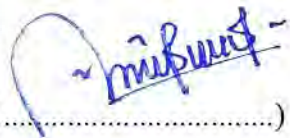
## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Junita Nurul Izzah  
NIM : 44218010026  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : **ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI  
KONTEN INSTAGRAM @BEAUTYHAULINDO**

Jakarta, 15 Agustus 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA


Ketua Sidang : Anindita, S.Pd, M.Ikom

  
(.....)

Penguji Ahli : Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D

  
(.....)

Pembimbing : Novi Erlita, S.Sos, MA

  
(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **ANALISIS RESEPSI *FOLLOWERS* MENGENAI  
KONTEN INSTAGRAM @BEAUTYHAULINDO**

Nama : Junita Nurul Izzah

NIM : 44218010026

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 15 Agustus 2022

Disetujui dan Diterima Oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

  
(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

  
(Novi Erlita, S.Sos, MA)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junita Nurul Izzah

NIM : 44218010026

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI KONTEN INSTAGRAM @BEAUTYHAULINDO** adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 15 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



(Junita Nurul Izzah)

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, MA)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Junita Nurul Izzah  
44218010026

Analisis Resepsi *Followers* Mengenai Konten Instagram @beautyhaulindo  
Jumlah halaman: xiii + 100 Halaman + 4 Lampiran  
Bibliografi: 5 Bab 64 Hal + 14 Buku + 6 Jurnal + 6 Internet

## ABSTRAK

Situs perbelanjaan online saat ini semakin banyak dan saling berlomba-lomba dalam kegiatan promosi. Masyarakat juga banyak yang berbelanja secara online karena dinilai lebih praktis, efisien, dan banyak promo yang diadakan, apalagi di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini. Oleh karena itu, masing-masing situs perbelanjaan online membuat konten-konten yang menarik di media sosial dan website mereka demi mendapat atensi dan kepercayaan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi *followers* berdasarkan aspek *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position* terhadap konten-konten di Instagram @beautyhaulindo.

Teori resepsi khalayak digunakan untuk memahami tentang kemampuan peran khalayak aktif dalam memaknai, menganalisis, mengevaluasi pesan yang diberikan media. Teori resepsi dengan model *encoding-decoding* ini diperkenalkan oleh Stuart Hall.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi Stuart Hall. Dimana peneliti mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara mendalam kepada *followers* Instagram @beautyhaulindo serta data sekunder dengan melakukan observasi dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan posisi resepsi yang berbeda dari setiap informan terhadap konten-konten yang ada di Instagram @beautyhaulindo. Para informan yang berada di posisi dominan memaknai hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Beauty Haul. Informan yang berada di posisi negosiasi memaknai hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh Beauty Haul, namun ia juga memiliki pandangannya tersendiri akan hal tersebut. Informan yang berada di posisi oposisi memiliki makna yang berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Beauty Haul. Para informan tidak menyukai penganalogian di beberapa konten yang ada di Instagram @beautyhaulindo karena dianggap kurang realistis.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Konten Instagram, *Encoding-Decoding*



Mercu Buana University  
Faculty of Communication Science  
Public Relations Department  
Junita Nurul Izzah  
44218010026

Followers Reception Analysis of @beautyhaulindo's Instagram Content  
Number of Pages: xiii + 100 Pages + 4 Attachments  
Bibliography: 5 Chapter 64 Pages + 14 Books + 6 Journals + 6 Internet

## ABSTRACT

Online shopping sites are currently increasing and competing with each other in promotional activities. Many people also shop online because it is considered more practical, efficient, and there are many promos being held, especially during the current Covid-19 pandemic. Because of that, each online shopping site creates interesting content on their social media and websites in order to gain the attention and trust of consumers. The purpose of this study is to determine the followers reception based on aspects of dominant hegemonic position, negotiated position, and oppositional position to the content on @beautyhaulindo's Instagram.

Audience reception theory is used to understand the ability of active audience roles in interpreting, analyzing, evaluating messages given by the media. Reception theory with encoding-decoding model was introduced by Stuart Hall.

The research method that will be used in this research is Stuart Hall reception analysis. Where researchers collect primary data by conducting detailed interviews with @beautyhaulindo's followers and secondary data by conducting observations and documentation studies.

The result shows that each informant's reception position was different for the content on Instagram @beautyhaulindo. Informants who are in a dominant position interpret the same thing as what Beauty Haul said. The informant who is in the negotiating position interprets the same thing as what Beauty Haul conveys, but he also has his own view on this matter. Informants who are in opposition positions have different meanings from what Beauty Haul conveys. The informants do not like the analogy in some of the content on Instagram @beautyhaulindo because it is considered unrealistic.

Keywords: Reception Analysis, Instagram Content, Encoding-Decoding

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat sehat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Resepsi Followers Mengenai Konten Instagram @beautyhaulindo**”. Tugas Akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi bidang studi Public Relations.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis menyusun dengan baik dan bersyukur atas bantuan dan dorongan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Novi Erlita, S.Sos, MA selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi (S1)
2. Ibu Dr. Elly Yuliani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Suryaning Hayati, S.E, M.M, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Bapak/Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana



6. Ayahanda Jumadiyono dan Ibunda Sulani selaku orang tua peneliti yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan penuh selama menyusun tugas akhir ini.
7. Rangga Hadi Saputro selaku *partner* penulis yang selalu memberikan hiburan, pengertian, kritik dan saran, serta *support* yang tiada henti selama menyusun tugas akhir ini.
8. Fitra Yudanilesta Sheikh Hasina, S.Hum, dan Jessica Indrianta Azhari selaku sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, saran, dan hiburan selama menyusun tugas akhir ini.
9. Para informan yang telah bersedia dan menyempatkan waktunya untuk diwawancara demi memenuhi data yang diperlukan pada penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi.

Jakarta, 15 Juli 2022



Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 Model Komunikasi.....	15
2.2.3 Public Relations.....	16
2.2.4 <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC).....	18
2.2.5 Media Sosial.....	20
2.2.6 Instagram.....	21
2.2.7 Resepsi Khalayak.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subyek Penelitian.....	28

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Data Primer.....	30
3.4.2 Data Sekunder.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
4.1.1 Profil Beauty Haul.....	32
4.2.2 Visi Beauty Haul.....	33
4.2.3 Misi Beauty Haul.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Konten-Konten yang Diunggah Oleh @beautyhaulindo.....	34
4.2.2 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Keakuratan dan Kelengkapan Informasi yang Disebarkan Oleh Beauty Haul.....	37
4.2.3 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Konten “Cara Kerja <i>Skin Barrier</i> ” .....	39
4.2.4 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Konten “Membersihkan Muka dengan <i>Cleansing Brush</i> ” .....	42
4.2.5 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Konten “Test Bedak <i>Waterproof</i> ” .....	45
4.2.6 Resepsi <i>Followers</i> Terkait Konten “ <i>Beauty Blender Hacks</i> ” .....	48
4.3 Pembahasan.....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran Akademis.....	61
5.2.2 Saran Praktis.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Transkrip Wawancara.....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....</b>	<b>84</b>

**Lampiran 4 Curriculum Vitae.....86**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. Hasil Penelitian.....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Screenshot</i> Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 2. Akun Media Sosial Instagram @beautyhaulindo.....	4
Gambar 3. <i>Screenshot</i> Data Pengguna Media Sosial di Dunia.....	21
Gambar 4. <i>Screenshot</i> Data Pengguna Instagram di Dunia.....	22
Gambar 5. <i>Screenshot</i> Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	23
Gambar 6. Logo Beauty Haul.....	32
Gambar 7. <i>Offline Store</i> Beauty Haul di Gaia Mall Bumi Raya City – Pontianak	33
Gambar 8. <i>Screenshot</i> Konten “Cara Kerja <i>Skin Barrier</i> ”.....	39
Gambar 9. <i>Screenshot</i> Konten “Membersihkan Muka dengan <i>Cleansing Brush</i> ”	42
Gambar 10. <i>Screenshot</i> Konten “Test Bedak <i>Waterproof</i> ”.....	45
Gambar 11. <i>Screenshot</i> Konten “ <i>Beauty Blender Hacks</i> ”.....	48