

ABSTRAK

Nama : Ayu Syahnur Alfarabi Putri
NIM : 44219010159
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Terhadap Konten Instagram dalam Menginformasikan Produk Kecantikan (Analisis Resepsi pada Konten Instagram Scarlett_whitening).
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarela M.Si
Jumlah Halaman : 5 Bab + 119 Hal + Lampiran
Bibliografi : Buku 8 + Internet 3 + Jurnal 11

Scarlet whitening telah melakukan banyak cara untuk menginformasikan informasi kecantikan melalui Instagramnya salah satunya dengan memperkenalkan produknya dan menginformasikan produk kecantikannya dengan menggunakan konten yang didalamnya mengandung unsur informasi produk kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Interpretasi khalayak terhadap konten Instagram dalam menginformasikan produknya pada akun Instagram Scarelet whitening. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif melalui metode penelitian analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall yaitu dengan memposisikan khalayak berdasarkan 3 jenis posisi yaitu posisi hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Model resepsi menyatakan bahwa makna yang dikodekan (encoded) oleh pengirim dapat diartikan (decoded) menjadi hal yang berbeda oleh penerima. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari 7 Informan memiliki posisi yang berbeda beda disetiap posisinya. Pada akun Instagram dalam menginformasikan produk kecantikan informan cenderung dalam posisi Dominan sedangkan pada akun Instagram scarlett whitening dalam penyampaian pesan juga bervariasi baik itu dominan, negosiasi dan oposisi. Seperti pada Interpretasi Khalayak terhadap Penyampaian Pesan terdapat 5 Informan yang berada di posisi Dominan dan 3 informan berada di posisi negosiasi.

Kata Kunci: *Interpretasi, Khalayak Analisis Resepsi, Instagram, Komunikasi.*

ABSTRACT

Name : Ayu Syahnur Alfarabi Putri
NIM : 44219010159
Study Program : Public Relations
Title Internship Report : Interpretasi Khalayak Terhadap Konten Instagram dalam Menginformasikan Produk Kecantikan (Analisis Resepsi pada Konten Instagram Scarlett_whitening).
Counsellor : Dr. Farid Hamid, M.Si

Scarlet whitening has done many ways to inform beauty information through its Instagram, one of which is by introducing its products and informing about its beauty products by using content which contains elements of beauty product information. This study aims to find out the audience's interpretation of Instagram content in informing its products on the Scarlet whitening Instagram account. This study uses a constructivist research paradigm, with a qualitative approach through the reception analysis research method proposed by Stuart Hall, namely by positioning the audience based on 3 types of positions, namely the position of dominant hegemony, negotiation, and opposition. The reception model states that the meaning encoded by the sender can be decoded into different things by the receiver. The research results show that of the 7 informants have different positions in each position. On the Instagram account, when informing about beauty products, the informant tends to be in a dominant position, while on the Scarlett Whitening Instagram account, the delivery of messages also varies, be it dominance, negotiation or opposition. As in the Audience Interpretation of Message Delivery, there are 5 informants who are in dominant positions and 3 informants who are in negotiating positions.

Keywords: Interpretation, Audience Reception Analysis, Instagram, Communication.