



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PRODUK SCARLETT  
WHITENING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

(S1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relation*

Disusun oleh :

**Lutfi Novira**

**44215120013**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Novira  
NIM : 44215120013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Analisis Resepsi Media Sosial Instagram Pada Produk Scarlett Whitening** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 13 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Judul : Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening Di  
Media Sosial Instagram

Nama : Lutfi Novira

Nim : 44215120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relation

Jakarta, 31 Januari 2022

Mengetahui

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**(Dra. Diah Wardhani, M. Si)**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Judul : Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening Di  
Media Sosial Instagram

Nama : Lutfi Novira

Nim : 44215120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relation

Jakarta, 31 Januari 2022

Ketua Sidang, (.....)  
Anindita, S.Pd, M.Ikom

Penguji Ahli, (.....)  
Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

Pembimbing, (.....)  
Dra, Diah Wardhani, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Judul : Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening Di  
Media Sosial Instagram

Nama : Lutfi Novira

Nim : 44215120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relation

Jakarta, 31 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relation

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

(Dra, Diah Wardhani, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi  
Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## **Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening di Media Sosial Instagram**

Bibliografi : 34 Referensi

### **ABSTRAK**

Peran teknologi yang berkembang pesat membuat media maupun cara berkomunikasi menjadi lebih berkembang di segala aspek. Media baru atau new media menjadi sesuatu yang akrab di era digital. Salah satunya adalah Instagram. Hampir semua organisasi memiliki akun Instagram untuk menjangkau khalayaknya melalui postingan yang diunggah dengan harapan isi pesan dapat diterima dan dimaknai sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak *followers* Scarlett *Whitening*.

Analisis resepsi merupakan metode dalam memaknai pesan yang diterima dari sebuah media. Stuart Hall menjelaskan bahwa adanya proses pengkodean khalayak berlangsung di dalam sebuah media. Seseorang dapat memberikan sudut pandang terhadap isi pesan dan menempatkannya dalam tiga posisi yaitu dominan hegemonin, negosiasi, dan oposisi.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang berfokus pada analisis resepsi Stuart Hall. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara kepada para informan untuk mendapatkan jawaban dan pemahaman terkait objek penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa akun Instagram Scarlett *Whitening* memiliki unggahan yang mudah untuk dipahami dan menempatkan khalayak dalam posisi dominan hegemonic. Meskipun ditemukan adanya yang bukan berada pada posisi dominan namun secara umum sudah sangat menempatkan bahwa pesan sudah dapat diterima dengan baik. Dominan hegemonic yaitu cenderung menerima isi pesan media tersebut, penyampaian informasi oleh media sesuai dengan kebenaran sehingga dapat diterima baik oleh khalayak.

Kata Kunci : New Media, Analisis Resepsi, Dominan Hegemonic, Negosiasi, Oposisi



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang study *Public Relations*  
Lutfi Novira  
44215120013

## **Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening di Media Sosial Instagram**

Bibliografi : 34 Referensi

### **ABSTRACK**

*The rapidly growing role of technology has made media and ways of communicating increasingly developed in all aspects. New media or new media has become something familiar in the digital era. One of them is Instagram. Almost all organizations have an Instagram account to reach their audience through uploaded posts in the hope that the message content can be received and interpreted as expected.*

*Reception analysis is a method of interpreting messages received from a media. Stuart Hall explained that the process of audience coding takes place in a medium. Someone can give a point of view on the content of the message and place it in three positions, namely dominant hegemony, negotiation, and opposition.*

*This study uses descriptive research with a qualitative approach that focuses on the analysis of Stuart Hall's reception. Primary data was obtained by conducting interviews with informants to get answers and understanding regarding the object of research. Secondary data was obtained through researcher observations through the comments column on a post.*

*Based on the research results, it is known that Scarlett Whitening's Instagram account has uploads that are easy to understand and place the audience in a hegemonic dominant position. Although it was found that there were people who were not in a dominant position, in general it was very important that the message was well received.*

*Keywords: New Media, Reception Analysis, Scarlett Whitening*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Analisis Resepsi Khalayak Pada Produk Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram”** Adapun tujuan tugas akhir ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana jurusan Public Relations.

Banyak kesulitan, dan kendala yang dialami peneliti, begitu juga hal yang menyenangkan dan menyedihkan mewarnai proses penelitian skripsi ini. Tetapi tidak ada pilihan selain menikmati proses penyelesaian ini dengan selalu sabar, ikhlas dan tawakal. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuan serta dorongan berupa moril maupun materil dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan tulus memberikan semangat, arahan dan memberikan pengetahuannya, senantiasa membimbing sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.



4. Suryaning Hayati, SE.MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relation Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua saya dan Ibu Bapak Mertua saya atas segala doa-doa yang di panjatkan dan dukungan kepada peneliti.
7. Teruntuk suami saya Hery Budi Wicaksono dan Putra saya Emir Satria Wicaksono yang telah memberikan dukungan atas segala bentuk perhatian, pengertian, kesabaran, serta semangat yang tak pernah putus yang diberikan kepada peneliti.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan di jurusan Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti, terimakasih atas dukungannya.

Kiranya penulisan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berharga untuk dijadikan referensi bagi kita semua. Akhir kata peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak sekali kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Kritik dan saran yang sifatnya membangun, penulis terima dengan senang hati dan tangan terbuka, agar nantinya membawa kemajuan di masa mendatang.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Akademis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.4.3 Manfaat Sosial .....	10
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teoritis .....	20
2.2.1 Komunikasi .....	20
2.2.2 Public Relations .....	21
2.2.3 Marketing Public Relations .....	24
2.2.4 Persepsi .....	24
2.2.5 New Media .....	28
2.2.6 Media Sosial .....	31
2.2.7 Instagram .....	32

2.2.8 Analisis Resepsi.....	34
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	40
3.2 Tipe Penelitian.....	41
3.3 Metode Penelitian .....	41
3.4 Subjek Penelitian .....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.6 Teknik Analisis Data .....	46
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.2 Deskripsi Informan.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Resepsi Informan Mengikuti Akun Instagram <i>Scarlett Whitening</i>	55
4.2.2 Resepsi Audiens Terhadap Informasi Caption <i>Scarlett Whitening</i>	59
4.2.3 Resepsi Informan Terkait Informasi <i>Scarlett</i> Melalui Sosial Media	75
4.2.3 Pembahasan.....	86
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis.....	97
5.2.2 Saran Praktis.....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	99.
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	140