

ABSTRAK

Nama : Okta Febbrianti
NIM : 44319010013
Program Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Interpretasi Khalayak Pada Video Iklan Promosi Ms Glow Oleh Fuji #Pakaifilteritunormal di Instagram
Pembimbing : Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos,M.Si

Industri kecantikan dari tahun ke tahun semakin berkembang dengan sangat pesat di Indonesia. Produk kecantikan yang mendukung perkembangan peningkatan salah satunya yaitu skincare. Skincare yang saat ini banyak diperbincangkan masyarakat dan juga mempercayakan pembelian terhadap produknya, yaitu skincare merek Ms Glow. Instagram Ms Glow menjadi media yang digunakan untuk mempromosikan dan membranding produknya tersebut, konten video promosi Ms Glow yang dibintangi oleh Fuji di Instagram dengan tema #Pakaifilteritunormal telah menarik perhatian para pengguna instgram lain, latar belakang masing-masing khalayak dan kemampuan khalayak untuk memaknai isi pesan menumbuhkan pendapat yang berbeda dalam proses pemahaman, sehingga konten ini ramai dibicarakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan khalayak aktif pada video iklan promosi Ms Glow oleh Fuji #Pakaifilteritunormal di Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall yaitu dengan memposisikan khalayak berdasarkan 3 jenis posisi yaitu posisi hegemoni dominant, negosiasi, dan oposisi. Model resepsi menyatakan bahwa makna yang dikedoken (encoded) oleh pengirim dapat diartikan (decoded) menjadi hal yang berbeda oleh penerima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam informan berada pada posisi yang berbeda, yaitu, keenam informan mempunyai pemaknaan yang berbeda pada setiap aspek video iklan promosi Ms Glow oleh Fuji #Pakaifilteritunormal di Instagram. Kesimpulannya Khalayak menyetujui sekaligus memberikan saran pada video iklan promosi Ms Glow oleh Fuji #Pakaifilteritunormal di Instagram, saran yang diberikan meliputi aspek Fuji sebagai talent, isi pesan, dan juga aspek tema promosi yang dilakukan oleh Ms Glow.

Kata Kunci : interpretasi, khalayak aktif, konten promo, skincare, fuji

ABSTRACT

Name : Okta Febbrianti
NIM : 44319010013
Study Program : Advertising and Marketing Communication
Thesis Report Title : Audience Interpretation on Ms Glow Promotional AdVideo by Fuji #Pakaifilteritunormal on Instagram
Counsellor : Dewi Sad Tanti, S.Sos,M.Si

The beauty industry from year to year is growing very rapidly in Indonesia. Beauty products that support the development of improvement, one of which is skincare. Skincare that is currently widely discussed by the public and also entrusts the purchase of its products, namely the skincare brand Ms Glow. Ms Glow's Instagram is a medium used to promote and brand her products, Ms Glow's promotional video content starring Fuji on Instagram with the theme#Pakaifilteritunormal has attracted the attention of other Instagram users, the background of each audience and the ability of audiences to interpret the content of the message fostering different opinions in the process of understanding, so this content is widely discussed.

The purpose of this study was to determine the meaning of the audience in the promotional advertising video of Ms. Glow by Fuji #Pakaifilteritunormal on Instagram. The study used a descriptive qualitative approach using the reception analysis 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 results showed that the six informants were in different positions, that is, the six informants had different eating on each aspect of Fuji #Pakaifilteritunormal's promotional video advertising Ms Glow on Instagram. In conclusion, the audience agreed and gave suggestions on Ms. Glow's promotional ad video by Fuji #Pakaifilteritunormal on Instagram, the advice given included aspects of Fuji as a talent, the content of the message, and also aspects of the promotional theme carried out by Ms. Glow.

Keywords : *interpretation, active audience, promo content, skincare, fuji*