



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN ENDORSEMENT  
PRODUK UNDERARM DI AKUN INSTAGRAM @AAMANDAZAHRA**



Disusun oleh:

Shelvi Amelia

44521010047

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelvi Amelia  
NIM : 44521010047  
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Komunikasi Digital  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten  
Endorse Produk Underarm di akun  
Instagram @aamandazahra

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 18 Januari 2025

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Shelvi Amelia

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Shelvi Amelia  
NIM : 44521010047  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Endorse Produk Underarm di akun Instagram @aamandazahra

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Andi Pajolloi Bate, M.A (  )  
NIDN : 0303069401  
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si (  )  
NIDN : 0301117301  
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom (  )  
NIDN : 0330019002

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shelvi Amelia  
NIM : 44521010047  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Endorse Produk Underarm di akun Instagram @aamandazahra

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 Laporan Skripsi 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, 18 Januari 2025

Yang menyatakan,



( Shelvi Amelia )

## ABSTRAK

Nama : Shelvi Amelia  
NIM : 44521010047  
Program Studi : Komunikasi Digital  
Judul : Analisis Resepsi khalayak Terhadap Konten Endorsement Produk Underarm di akun Instagram @aamandazahra  
Pembimbing : Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

Media sosial kini dimanfaatkan untuk promosi produk secara cepat dan mudah, seperti yang dilakukan selebgram Indonesia @aamandazahra melalui konten endorsement produk underarm di Instagram.

Penelitian ini menganalisis penerimaan khalayak berdasarkan teori resepsi Encoding-Decoding oleh Stuart Hall, yang membagi pemaknaan khalayak menjadi tiga kategori: dominan, negosiasi, dan oposisi. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma konstruktivistik, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan followers akun tersebut, didukung triangulasi sumber untuk keabsahan data.

Hasil menunjukkan bahwa penerimaan konten dipengaruhi oleh latar belakang budaya, agama, pengalaman pribadi, dan pekerjaan. Followers pada posisi dominan mendukung gaya penyampaian konten karena dianggap efektif menyampaikan informasi produk. Informan pada posisi negosiasi menerima konten secara parsial, menyoroti gesture dan visual yang ambigu. Sementara itu, mayoritas informan berada pada posisi oposisi, sepenuhnya menolak konten karena alasan kekhawatiran konten diakses oleh anak usia di bawah umur. Secara keseluruhan, penelitian mengungkapkan mayoritas pemaknaan konten berada di posisi oposisi.

**Kata kunci : endorsement, akun Instagram @aamandazahra, analisis resepsi, konten**

## **ABSTRACT**

*Name* : Shelvi Amelia  
*NIM* : 44521010047  
*Study Program* : Digital Communication  
*Thesis Report Tittle* : Analisis Resepsi khalayak Terhadap Konten Endorsement Produk  
*Counsellor* : Underarm di akun Instagram @aamandazahra  
: Andi Pajolloi Bate S.Ikom, M.A

*Social media is now widely used for various purposes, including promoting products quickly and easily. Indonesian influencer @aamandazahra utilizes Instagram as a conventional platform, creating endorsement content for underarm products posted on her account.*

*This study analyzes audience reception based on Stuart Hall's Encoding-Decoding theory, which categorizes audience interpretations into three positions: dominant, negotiated, and oppositional. Using a descriptive qualitative approach and a constructivist paradigm, data was collected through in-depth interviews with the account's followers, supported by source triangulation for data validity.*

*The findings reveal that audience reception is influenced by cultural background, religion, personal experience, and profession. Followers in the dominant position support the content's delivery style, considering it effective for conveying product information. Those in the negotiated position partially accept the content but criticize its gestures and visuals as ambiguous. Meanwhile, the majority of followers occupy the oppositional position, fully rejecting the content for a reason that It may be accessed by the underage. Overall, the study shows that most audience interpretations fall into the oppositional category.*

***Keywords: endorsement, Instagram account @aamandazahra, reception analysis, content***

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa karena telah melimpahkan segala berkat dan karunia nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Endorsement Produk Underarm di akun Instagram @aamandazahra” dengan baik dan yang mana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi.

Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Komunikasi Digital, Universitas Mercu Buana. Semoga penelitian ini dapat di gunakan sebagaimana mestinya serta berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besar nya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, bantuan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Andi Pajolloi Bate S, Ikom, M.A sebagai Dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah menerima, membimbing, membantu mengoreksi serta memberikan nasehar, apresiasi dan juga semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Mardhiyyah M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Konsultasi Akademik yang telah membantu penulis selama pengambilan Mata Kuliah Semester.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen pengajar dan seluruh Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

7. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Informan yang telah bersedia dan memberikan waktu untuk di wawancara yang hasilnya sangat penting dalam penyusunan penelitian skripsi ini.
9. Teman special dan sahabat – sahabat penulis yang selalu membantu, menemani dan terus memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan, penulis sadar bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang mendukung serta membangun. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 27 Desember 2024

Penulis



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Shelvi Amelia



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</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 GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.1 Manfaat Akademis.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Penelitian terdahulu.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Kajian Teoritis.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1 Teori Resepsi .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.2 Teori Encoding dan Decoding.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.3 Instagram.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.4 Selebgram .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.5 Endorsement.....</b>	<b>29</b>

<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Subjek Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>3.3.1 Key Informan .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>37</b>
<b>3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer .....</b>	<b>37</b>
<b>3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder .....</b>	<b>38</b>
<b>3.5 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>38</b>
<b>3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>	<b>39</b>
<b>3.6.1 Triangulasi Sumber .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>4.1.1 Profil Instagram @aamandazahra .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1.2 Konten Endorsement Underarm @aamandazahra .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>4.2.1 Posisi Hegemonic Dominan .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2.2 Posisi Negosiasi .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2.3 Posisi Oposisi .....</b>	<b>53</b>
<b>4.2.4 Resepsi Khalayak .....</b>	<b>61</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>62</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>75</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>75</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>76</b>
<b>5.2.1 Saran Akademis .....</b>	<b>76</b>
<b>5.2.2 Saran Praktis .....</b>	<b>77</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia 2019-2024 .....	2
Gambar 1. 2 Screenshot akun Instagram @aamandazahra pada konten endorsement .	6
Gambar 1. 3 Screenshot kolom komentar di postingan akun @aamandazahra .....	7
Gambar 1. 4 Screenshot komentar negatif di postingan endorsement @aamandazahra .....	7
Gambar 1. 5 Screenshot komentar negatif di postingan endorsement @aamandazahra .....	8



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4. 1 Resepsi Khalayak Terhadap Konten Endorsement .....	61
Tabel 4. 2 Faktor Yang Melatarbelakangi.....	71

