



**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF INTERAKSI
FOLLOWERS PADA KONTEN INSTAGRAM
@WARDAHBEAUTY PERIODE BULAN
RAMADHAN 2025**

TUGAS AKHIR (SKRIPSI)

Disusun Oleh:

Alma Hana Feryal

44320010013

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alma Hana Feryal

NIM : 44320010013

Program Studi : Marketing Komunikasi

Judul Skripsi : Studi Deskriptif Interaksi Followers Pada Konten
Instagram @Wardahbeauty

Tanggal Lulus Ujian : 27 Mei 2025

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan 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 bertanggung jawab dan mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Mei 2025



Alma Hana Feryal

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Alma Hana Feryal
NIM : 44320010013
Program Studi : Marketing Komunikasi
Judul Skripsi : Studi Deskriptif Interaksi Followers Pada Konten Instagram @Wardahbeauty

Telah berhasil mempertahankan sidang dihadapkan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian Persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan

Pebimbing 1 : Riki Arswendi, M.Ikom

NIDN : 0316088503

Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma, M.Ikom

NIDN : 0314057804

Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom

NIDN : 0320037307

()
()
()

Jakarta, 27 Mei 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof Dr. Ahmad Mulyana M.Si)


(Dr Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana Saya bertanda tangan

dibawah ini; Nama : Alma Hana Feryal

NIM 44320010013

Program Studi : Marketing Komunikasi

Judul Skripsi : Studi Deskriptif Interaksi Followers Pada Konten
Instagram @Wardahbeauty

Demi pengembangan ilmu pengetahuan dengan ini memberikan izin dan menyetujui diberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive - Royalti Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Non Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihkan media/ format-kan, mengelolah dalam bentuk Pengalan Database, Merawat serta mempublikasi skripsi saya selama masih mencantumkan nama saya sebagai penulis, pemilik/ yang mempunyai Hak cipta yang dilindungi.

Jakarta, 27 Mei 2025



Alma Hana Feryal



Univeritas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Alma Hana Feryal 44320010013
Study Deskriptif Interaksi Kualitatif Followers Pada
Konten @wardahbeauty.
Jumlah halaman : 100 halaman + 7 lampiran

ABSTRAK

Wardah, pelopor kosmetik halal di Indonesia, didirikan pada tahun 1995 oleh Nurhayati Subakat sebagai bagian dari PT. Teknologi dan Inovasi Paragon. Merek ini berfokus pada kualitas untuk membantu wanita mengekspresikan kepribadian mereka melalui kecantikan. Sebuah penelitian dilakukan untuk menganalisis respons pengikut terhadap konten Instagram @wardahbeauty. Penelitian kualitatif ini melibatkan wawancara untuk mengumpulkan data. Terungkap bahwa jadwal posting admin Instagram dianggap tidak teratur.

Penelitian di masa mendatang harus mendorong admin untuk meningkatkan waktu posting. Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa wardah menggunakan instagram secara efektif untuk pemasaran dengan menyajikan konten yang menarik secara visual dan informatif. Melibatkan influencer dalam pembuatan konten membantu menarik lebih banyak pengikut dan memperkenalkan wardah kepada khalayak yang lebih luas. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran wardah dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan dalam lanskap digital yang terus berkembang.

Peneliti menggunakan paradigma postpositivisme muncul sebagai kritik dan pengembangan dari paradigma positivisme, yang dianggap terlalu kaku dan membatasi dalam memahami realitas. Jika positivisme menekankan objektivitas mutlak, verifikasi empiris, dan generalisasi hukum kausal, maka post-positivisme menyadari adanya keterbatasan dan kompleksitas dalam penelitian ilmiah, terutama dalam ilmu sosial. Dalam pendekatan komunikasi, pembuatan konten instagram perubahan dalam cara pandang atau tindakan yang diinginkan dari audiens menjadi aspek utama. Pesan yang disampaikan perlu memiliki kemampuan meyakinkan yang tinggi dan mampu mendorong perubahan pandangan ataupun tindakan yang sejalan dengan tujuan interaksi. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena atau peristiwa secara mendalam dan rinci, dengan fokus pada kualitas dan makna dari data yang dikumpulkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan tidak terstruktur, biasanya berupa kata-kata, kalimat, atau gambar, yang kemudian dianalisis untuk memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang fenomena yang diteliti.

Keywords : Instagram, Konten, Komunikasi, Pemasaran, Media Baru.



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi

Alma Hana Feryal 44320010013

*Qualitative Descriptive Study Of Followers on
Instagram Content Interaction @wardahbauty*

Number of pages : 100 pages + 7 attachments

ABSTRACT

Wardah a clean cosmetics pioneer in Indonesia, was founded in 1995 Nurhayati Subakat as part of PT. Paragon Technology and Innovation. The brand focuses on quality to help women express their personality through beauty. A study was conducted to analyze followers' responses to Instagram content @wardahbeauty. This qualitative study involved interviews to collect data. It was revealed that the Instagram admin's posting schedule was considered irregular. Future research should encourage admins to increase posting times.

Overall, the findings indicate that wardah uses instagram effectively for marketing by presenting visually appealing and informative content. Involving influencers in content creation helps attract more followers and introduce wardah to a wider audience. Further research is needed to explore wardah's marketing strategy and identify growth opportunities in the ever evolving digital landscape.

The postpositivism paradigm emerged as a critique and development of the positivist paradigm which was considered too rigid and limiting in understanding reality. If positivism emphasizes absolute objectivity, empirical verification, and generalization of causal laws, then postpositivism acknowledges the limitations and complexities in scientific research, especially in the social sciences. In the communication approach, the creation of Instagram content that changes the perspective or action desired by the audience is a major aspect.

The message conveyed needs to have a high level of persuasiveness and be able to encourage changes in perspective or action that are in line with the purpose of the interaction. The qualitative descriptive method is a research method used to describe or depict a phenomenon or event in depth and detail, with a focus on the quality and meaning of the data collected. The data used in this study are descriptive and unstructured, usually in the form of words, sentences, or images, which are then analyzed to provide a richer understanding of the phenomenon being studied.

Keywords: Instagram, Content, Communication, Marketing, New Media.

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun sampai dengan selesai. Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih terhadap bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik pikiran maupun materinya. Penulis sangat berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pembaca. Bahkan kami berharap lebih jauh lagi agar makalah ini bisa pembaca praktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Bagi penulis sebagai penyusun merasa bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis.

Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi Strategi Personal Selling Produk Wardah Sebagai Media Pemasaran. Tidak lupa juga penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua yang turut serta membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan utuh, Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Sehingga dapat menyusun skripsi dengan baik, terima kasih kepada Kedua Orang tua Bapak Sarjono Wicaksono dan Ibu Eka Fabriati, Serta Abyan Naufal selaku kakak pertama telah membantu proses skripsi. Andam Dewi selaku tante saya yang telah membantu proses skripsi atau tugas akhir Khansa Putri Azena selaku adik yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.

1. Bapak Riki Arswendi M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu proses penyusunan skripsi dengan baik dan bersedia meluangkan waktu untuk bimbingan skripsi.

2. Bapak Dudi Hartono M.Ikom Dosen Penguji dan Ibu Rika Yessica M.Ikom Ketua Penguji .
3. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Ketua Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Melly Ridaryanthi M.Soc, Sc, Ph.D selaku dosen tugas akhir yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Almarhum Sarjono Ayahanda Ibu Eka Fabriati Ibunda Abyan Naufal selaku Abang.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Program study Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Ibu Andam Dewi selaku Tante dan Khansa Puti Azena selaku Sepupu.
8. Teman dekat yang sudah menemani proses skripsi sehingga memiliki antusias untuk bisa menyelesaikan skripsi dengan baik yaitu Dayu Marcela, Destriana Putri, Dilla Deska Yanti, Chanez Vierly Mahendi, Hanifah Maulida, Maieka Sari, Iga Afriyenis.
9. Semua Teman - teman seangkatan yang telah mendukung saya untuk mulai berproses mengerjakan skripsi.
10. Semua pihak yang membantu memberikan referensi untuk mendukung skripsi sehingga dapat memperbaiki isi skripsi.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan waktu penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik-baiknya. Penulis sangat memohon maaf apabila skripsi masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi yang ditulis memberikan banyak ilmu dan manfaat untuk penelitian - penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Pemasaran Digital	19
2.2.2 Konten Marketing.....	20
2.3 Media Baru.....	21
2.4 Instagram Dan Fitur.....	22
2.5 Khayak Gen Z.....	29
BAB III Pembahasan dan Metodologi Penelitian	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.3 Subjek Penelitian	34
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisa Data	38
BAB IV Hasil Peneliti Dan Pembahasan	39
4.1 Sejarah Wardah.....	39

4.1.1 Visi dan Misi.....	40
4.2 Hasil Penelitian	43
4.3 Pembahasan Interpretasi Konten Wardah.....	53
BAB V Kesimpulan Dan Saran.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran Akademis	83
5.3 Saran Akademis	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

