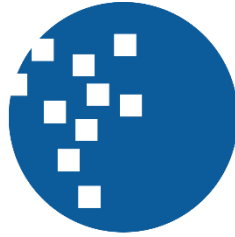


**ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW* “TASYA FARASYA
APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS*-NYA PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Tabitha Maya Velicita

00000048239

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW* “TASYA FARASYA
APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS*-NYA PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tabitha Maya Velicita

00000048239

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tabitha Maya Velicita
NIM : 00000048239
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul: “**ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW* “TASYA FARASYA APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS*-NYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 Mei 2024



(Tabitha Maya Velicita)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW* “TASYA FARASYA APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS*-NYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh

Nama : Tabitha Maya Velicita
NIM : 00000048239
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom.
0327019001

Penguji



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.
0308036601

Pembimbing



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
0404038205

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tabitha Maya Velicita
NIM : 00000048239
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW*
“TASYA FARASYA APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS-*
NYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 24 Mei 2024



(Tabitha Maya Velicita)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur pada Tuhan YME atas berkat yang telah Engkau berikan kepada saya sehingga dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS RESEPSI KONTEN *REVIEW* “TASYA FARASYA APPROVED” DI KALANGAN *FOLLOWERS*-NYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”, yang bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Saya berharap dengan adanya skripsi ini dapat berkontribusi menjadi sumber pengetahuan yang baru. Skripsi ini ada dan dapat terselesaikan dengan baik tentunya karena ada dukungan dan bimbingan dari pihak-pihak terkait. Dengan ini saya ingin mengutarakan rasa terima kasih saya kepada:

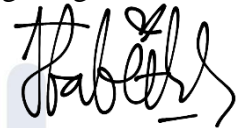
Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M. Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini. Terima kasih atas saran dan masukan yang selalu Ibu berikan selama penyusunan skripsi sampai pada titik ini
5. Mama, Papa, Kakak, dan seluruh keluarga tercinta yang selalu berdoa dan memberikan dukungan semangat setiap hari tanpa henti sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih telah mendengarkan keluhan yang sering dilontarkan pada saat pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu mengingatkan untuk beristirahat ketika saya dengan merasa penat dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Teman-teman Skripsi Aja, yaitu Kai, Sharon, Shellena, dan Allysa sebagai penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu mendukung satu sama yang lain pada saat penyusunan skripsi.

7. Teman-teman SMA, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu-satu, namun selalu mengajak saya untuk *refreshing* sejenak ketika penat dalam proses mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman satu bimbingan Ibu Astagini yang selalu memberikan semangat satu sama lain dalam mengerjakan skripsi hingga sampai di titik ini.
9. Partisipan wawancara, yaitu LCF, AF, LA, AB, dan SI yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan wawancara dalam penyusunan skripsi ini
10. NCT Dream, yaitu Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung yang menjadi penghibur pada saat burnout dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu menghibur dengan lagu-lagu yang dimiliki dan konten-konten yang selalu membuat saya bahagia.

Semoga karya ilmiah yang saya kerjakan dengan sepenuh hati ini dapat bermanfaat bagi pembaca akan informasi yang dibutuhkan.

Tangerang, 24 Mei 2024



(Tabitha Maya Velicita)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS RESEPSI KONTEN REVIEW “TASYA FARASYA APPROVED” DI KALANGAN FOLLOWERS-NYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Tabitha Maya Velicita)

ABSTRAK

Tasya Farasya sebagai seorang *beauty influencer* memiliki suatu konten *review* produk kecantikan, yaitu “Tasya Farasya Approved” yang salah satunya berada di media sosial Instagram. Setiap produk yang masuk ke dalam konten *review* Tasya Farasya Approved pastinya akan menjadi produk yang banyak dibahas oleh *followers*-nya, bahkan menjadi produk yang laris di kategorinya karena dibeli oleh *followers* Tasya Farasya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana resepsi para *followers* Tasya Farasya akan konten Tasya Farasya Approved di media sosial Instagram. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori encoding – decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall untuk menganalisis analisis resepsi dari para *followers* akan konten Tasya Farasya Approved di Instagram. Konten Tasya Farasya Approved dimaknai oleh *followers*-nya sebagai konten yang mendukung dan berguna sebagai buying guide dan petunjuk bagi *followers*-nya dalam membeli produk kecantikan. Konten dari Tasya Farasya Approved yang dianggap oleh *followers* sebagai konten *review* dengan pemaparan yang jelas dan detail, serta kejujuran dari Tasya Farasya dalam melakukan *review* membentuk kepercayaan, ketertarikan, dan kredibilitas konten bagi *followers*-nya, sehingga *followers* Tasya Farasya sepenuhnya menerima dengan baik kehadiran konten *review* Tasya Farasya Approved. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa informan sebagai *followers* dari Tasya Farasya mayoritas berada pada posisi dominan yang mana dapat menerima dan memaknai pesan dalam konten Tasya Farasya Approved di Instagram dengan baik dan didominasi pada hal yang positif. Namun juga terdapat posisi negosiasi dalam penelitian ini yang terlihat pada beberapa aspek yang menunjukkan bahwa informan sebagai *followers* dari Tasya Farasya memiliki pertimbangan dalam memaknai konten Tasya Farasya Approved.

Kata kunci: *Beauty Influencer*, Encoding Decoding, *Followers* Instagram, Tasya Farasya Approved

RECEPTION ANALYSIS OF TASYA FARASYA APPROVED REVIEW CONTENT AMONG HER FOLLOWERS ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

(Tabitha Maya Velicita)

ABSTRACT (English)

As a beauty influencer Tasya Farasya has a review content named “Tasya Farasya Approved” on one of her social media which is Instagram. Every product that included on her Tasya Farasya Approved review content will definitely be a trending topic product and will even become a best-selling product at its category because it was bought by Tasya Farasya’s followers. This research aims to see how Tasya Farasya followers interpret Tasya Farasya Approved content on social media Instagram. On this research, researchers used descriptive qualitative research methods. This research used the encoding – decoding theory by Stuart Hall to analyze the meaning of Tasya Farasya Approved content among her followers on Instagram. Tasya Farasya’s followers interpreted Tasya Farasya Approved content as a content that is educational and useful as a buying guide and as an instruction for her followers in buying beauty products. The content that is on Tasya Farasya Approved considered by her followers as a review content with a clear and detailed presentation, as well as honesty from Tasya Farasya in conducting reviews forms trust, interest, and credibility of the content for her followers, so that Tasya Farasya’s followers fully accept the presence of the content. This research shows that informants as followers of Tasya Farasya tend to be in dominant position where they can fully receive and interpret messages in Tasya Farasya Approved content on Instagram well and dominated by positive things. However, there is also a negotiated position on this research which can be seen at several aspects which show that the informants as Tasya Farasya’s followers have consideration in interpreting the Tasya Farasya Approved content.

Keywords: *Beauty Influencer, Encoding Decoding, Reception Analysis, Tasya Farasya Approved*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR LAMPIRAN	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori Encoding – Decoding	24
2.3 Influencer di Media Sosial	26
2.3.1 Influencer Marketing	27
2.4 Media Sosial Instagram	28
2.5 Beauty Industry	31
2.6 Alur Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian	36

3.4	Informan	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Keabsahan Data	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Objek dan Subjek Penelitian	42
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Encoding Tasya Farasya Approved	49
4.2.2	Decoding Tasya Farasya Approved	50
4.3	Pembahasan	70
4.3.1	Posisi Hegemoni Dominan	71
4.3.2	Posisi Negosiasi	81
4.2.3	Posisi Oposisi	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Simpulan	85
5.2	Saran	86
5.2.1	Saran Akademis	86
5.2.2	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		95



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 17



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

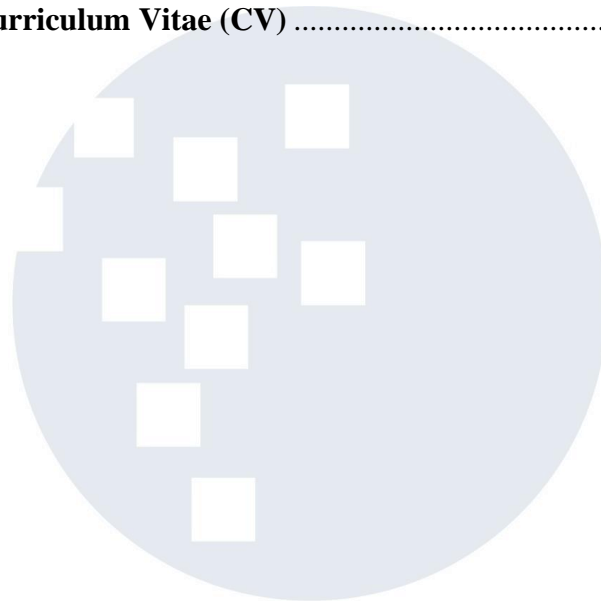
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tipe Akun Media Sosial yang Banyak Diikuti	1
Gambar 1.2 Beauty Influencer dengan Jumlah Followers Terbanyak di Instagram	5
Gambar 1.3 Instagram Tasya Farasya @tasyafarasya	6
Gambar 1.4 Logo Tasya Farasya Approved	8
Gambar 1.5 Konten Review Tasya Farasya Approved.....	9
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	34
Gambar 3. 1 Bagan Encoding – Decoding.....	40
Gambar 4. 1 Konten Review Tasya Farasya Approved untuk Brand Wardah	43
Gambar 4. 2 Konten Review Tasya Farasya Approved untuk Brand Somethinc .	44
Gambar 4. 3 Konten Review Tasya Farasya Approved untuk Brand Make Over	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Wawancara	95
Lampiran B Transkrip Wawancara	98
Lampiran C Consent Form	125
Lampiran D Coding	130
Lampiran E Form Bimbingan Skripsi	146
Lampiran F Hasil Turnitin	147
Lampiran G Curriculum Vitae (CV)	148



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA