

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP ISI PESAN
IKLAN “CANTIK FESI” TOKOPEDIA DALAM
MEMENUHI KEBUTUHAN KECANTIKAN
(Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas
17 Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

SITI MAISAROH
NBI: 1151800090

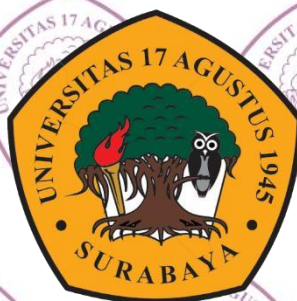
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP ISI PESAN
IKLAN “CANTIK FEST” TOKOPEDIA DALAM
MEMENUHI KEBUTUHAN KECANTIKAN
(Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas
17 Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
Siti Maisaroh
1151800090

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Siti Maisaroh

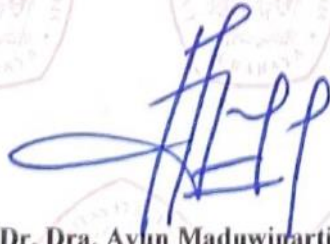
NBI : 1151800090

**Judul : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan “Cantik Fest”
Tokopedia dalam Memenuhi Kebutuhan Kecantikan (Studi pada Mahasiswi
Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**

Surabaya, 14 Desember 2022

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwiranti, M.P.

NPP. 20120870103

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Jupriyono, M.Si.

NPP. 20610960474

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dosen Penguji

1. **Drs. Jupriono, M. Si.**
Ketua



2. **Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.**
Anggota



3. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom.**
Anggota



Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 Agustus 1945 SURABAYA**

Dekan,



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Maisaroh

NPM : 1151800090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan
"Cantik Fest" Tokopedia dalam Memenuhi Kebutuhan
Kecantikan (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri berdasarkan hasil yang diperoleh melalui bimbingan dosen pembimbing, serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari penelitian atau karya ilmiah peneliti lain yang telah dipublikasikan ataupun penelitian orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika dalam penelitian ini menulis dan mengambil kutipan dari karya ilmiah orang lain, maka akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila nantinya ditemukan bukti pada suatu hari nanti yang bersifat menjiplak atau plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan sumber dalam daftar pustaka, maka saya bersiap untuk menerima segala sanksi atau hukuman yang sesuai dengan perbuatan yang saya perbuat dan juga siap untuk menerima hukuman pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 03 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Siti Maisaroh



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Maisaroh
NBI/ NPM : 1151800090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan "Cantik Fet" Tokopedia dalam Memenuhi Kebutuhan Kecantikan (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)."

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 2 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Siti Maisaroh

ABSTRACT

Advertising as a promotional tool for product and service promotion is a strategy to attract the general public's through short videos. Tokopedia, one of Indonesia's number-one online shopping companies, did the same thing. Through the "Cantik Fest" advertisement, Tokopedia is trying to attract audiences, especially women, to fulfill their beauty needs. This research aims to describe the reception of Communication Studies Students at the University of 17 Agustus 1945 Surabaya, the content of Tokopedia's "Cantik Fest" advertising message so that it was chosen as an online shopping medium to meet their beauty needs. This study uses reception analysis theory with a qualitative descriptive research method. The results of this study indicate that there are differences in meaning; three informants are in a dominant hegemonic position because they are very enthusiastic about the advertisements that are made in comparison, the other two informants are in a negotiating place because, although they are equally excited, there are several parts of the ad that they are not suitable was in Tokopedia's "Cantik Fest" advertisement.

Keyword : Analysis Reception, Audience, Dominant Hegemony, Negotiasition, Advertising.

ABSTRAK

Iklan sebagai alat promosi produk dan jasa merupakan salah satu bentuk strategi untuk menarik minat khalayak ramai lewat tayangan video berdurasi singkat. Hal yang sama juga dilakukan oleh Tokopedia, salah satu perusahaan belanja *online* nomer 1 di Indonesia. Lewat iklan “Cantik Fest”, Tokopedia berusaha menarik minat belanja penonton terutama wanita untuk memenuhi kebutuhan kecantikan mereka. Penelitian ini ada dengan tujuan untuk mendeskripsikan resepsi dari Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap isi pesan iklan “Cantik Fest” Tokopedia sehingga dipilih sebagai media belanja *online* dalam memenuhi kebutuhan kecantikan mereka. Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pemaknaan, tiga informan berada dalam posisi hegemoni dominan sebab sangat antusias dengan iklan yang dibuat, sedangkan dua informan lainnya berada dalam posisi negosiasi sebab meskipun sama antusiasnya namun ada beberapa bagian dalam tayangan iklan tersebut yang menurut mereka kurang cocok berada dalam iklan “Cantik Fest” Tokopedia.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Khalayak, Hegemoni Dominan, Negosiasi, Iklan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat serta karunia-Nya atas kemudahan dan kelancaran yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia dalam Memenuhi Kebutuhan Kecantikan (Studi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”. Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana resepsi Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap isi pesan iklan “Cantik Fest” Tokopedia dalam memenuhi kebutuhan kecantikan. Penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan dalam memenuhi dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan masukan dari pembaca sangat dibutuhkan untuk membantu penyempurnaan penelitian selanjutnya. Tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi dan dukungan dari berbagai pihak, penulis tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini.

Ungkapan terima kasih yang tulus, penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Abd. Muntolip dan Ibunda Chotipah atas dukungan berupa moril, materi, semangat, motivasi dan kasih sayang yang tulus tidak terhingga tak lupa juga selalu memberikan dukungan serta doa selama menjalani penulisan penelitian ini.

Selama penyusunan skripsi, penulis mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Bapak Drs. Jupriono, M. Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar membimbing dan memberi arahan selama proses penulisan skripsi

ini.

6. Ibu Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., M.A selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing II yang selalu sabar membimbing dan memberi arahan selama proses penulisan skripsi ini.
7. Titik Dwi Novianti, Nabila Ivania Hartono, Uci Nur Q. S., Milania Rachmadani, Dinda Ayu Rahmadani, Egga Alvionita, Aisyah Adelia Handayani dan Mayadika Nastiti selaku informan penelitian yang bersedia membantu dalam memenuhi data pada penelitian ini.
8. Terima kasih untuk sahabat, teman serta semua *hidden support system* yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan skripsi yang selalu memotivasi untuk mengejar ketertinggalan.
10. Terima kasih juga kepada diri saya sendiri yang telah bekerja keras, selalu semangat serta pantang menyerah dalam menjalankan dan menyelesaikan penelitian ini.

Demikian kata pengantar yang bisa penulis sampaikan, semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat terutama di bidang Ilmu Komunikasi dan pembaca sehingga dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.1.2 Critical Review.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Analisis Resepsi	12
2.3 Kerangka Konsep.....	13
2.3.1 Iklan	13
2.3.2 Konsep Kecantikan.....	13
2.3.3 E - Commerce	14
2.4 Kerangka Dasar Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19

3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.4.1 Jenis data	20
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Teknik Analisis Data.....	22
3.6 Keabsahan Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	23
4.1 Deskripsi Subjek atau Objek Penelitian	23
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	23
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	24
4.2 Hasil Penelitian	29
4.2.1 Posisi Hegemoni Dominan.....	30
4.2.2 Posisi Negosiasi	35
4.2.3 Posisi Oposional.....	40
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4. 1 Informan	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survey 10 Negara Pengguna E-Commerce di Dunia.....	1
Gambar 1. 2 E-Commerce Paling Banyak di Kunjungi 2021	2
Gambar 1. 3 Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Penelitian	16
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	25
Gambar 4. 2 “Tagline” Tampilan Homepage Tokopedia.....	26
Gambar 4. 3 Tokopedia Cantik Fest.....	27
Gambar 4. 4 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	28
Gambar 4. 5 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	28
Gambar 4. 6 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	29
Gambar 4. 7 Salah Satu Barang yang di Jual di Cantik Fest Tokopedia.....	32
Gambar 4. 8 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	37
Gambar 4. 9 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	37
Gambar 4. 10 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	38
Gambar 4. 11 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	38
Gambar 4. 12 Potongan Tayangan Iklan “Cantik Fest” Tokopedia	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Revisi.....	46
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	49
Lampiran 3 Hasil Turnitin.....	51
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	55
Lampiran 5 Foto Informan Penelitian	61

