

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Hendra, H., Wilmar, P., Indonesia, B., Rosita, Y. D., Majapahit, U. I., & Algorithm, I. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan* (A. Karim (ed.); Cetakan 1, ed., Issue November). Yayasan Kita Menulis.
- Arsitowati, W. H. (2018). Kecantikan Wanita Korea Sebagai Konsep Kecantikan Ideal Dalam Iklan New Pond'S White Beauty: What Our Brand Ambassadors Are Saying. *Humanika*, 24(2), 84–97. <https://doi.org/10.14710/humanika.v24i2.17572>
- Dr. Wahidmurni, M. P. (2017). *No Title*. 1–17.
- Febrianto, E. (2019). Analisis Resepsi Tayangan Hitam Putih Episode Doktor Jadi Pemulung Di TRANS7 (Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Angkatan Tahun 2015) Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. 7.
- Fitria, N. E. (2021). Analisis Army Nganjuk Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Gojek Versi BTX “IT’S OKEY TO BE LEBAY.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(2), 173–180.
- Ida, R. (2014). *Studi Media dan Kajian Budaya* (1st ed.). Prenada Media Grup.
- Inriyanti, E., Fitriana P, A., & Nayiroh, L. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Somethinc X Lifnie Sanders. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(2), 822–827.
- Jayani, D. H. (2021). *Tokopedia Masih Jadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi pada Kuartal III 2021*. www.katadata.co.id. Diakses pada 11 Januari 2021
- Katadata. (2019). *Pelaku e-commerce Didominasi Usia Muda*. www.katadata.co.id. Diakses pada 11 Januari 2022
- Khristianto, W., Supriyanto, T., & Wahyuni, S. (2015). Buku Ajar Sistem Informasi Manajemen. In *STMIK Ichsan*.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Edisi Pert). Kencana.
- Lidwina, A. (2021). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)*. www.katadata.co.id. Diakses pada 11

Januari 2022

- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Penerbit Aksara Timur.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (M. C. Anwar (ed.); 1st ed.). Zifatama Publisher.
- Moleong, J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukromin, W. L. (2019). Media Sebagai Lembaga Sosial Dan Komersial. *Jurnal Al-Nashihah*, 3(2), 135–160.
- Munsarif, M., Arif Suryawan, M., Muhammadn Resha, M., Yuswardi, Hasan Siregar, M. N., Irma Suryani, A., Abdurrozzaq Hasibuan, N. L., Rahma AIJM, W. O., Bonaraja Purba, Y. C. G., Budi Prasetya, A., & Simarmata, J. (2022). *Pengantar E-Commerce* (R. Watrianthos (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Nanda Delya, A., Aglevia Sakuri, A., & Erine Sugiharto, C. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf pada Iklan Online Bukalapak “A Stranger-A Ramadan Story.” *Jurnal CommLine*, 07(01), 43–56.
- Norhabiba, F., Palupi, M. F. T., & Rohimah, A. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Shopee serta Tokopedia, Akses Aplikasi dan Minat Membeli pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(2), 93–101.
- Pramana, E. (2021). *Belanja Online Didominasi Generasi Z Selama Pandemi, Ini Datanya*. www.jawapos.com.
- Pramulyasari, N. W., & Amalia, F. (2021). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Iklan IM3 Ooredoo Versi Ramai Sepi Bersama. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 61–71.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video ‘Belanja Gak Aturan’ dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby. *Representamen*, 7(01), 79–91.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v7i01.5129>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review. *Theoretical Review*, 4(1), 88–100.

- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Romadhan, M. I. (2018). Tren's Personal Branding Youtuber Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 33. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v1i2.1080>
- Romadhan, M. I., Rizqi, M., & Ferdiawati, A. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Eksistensi Bagi Pegiat Seni Lettering. *Mediasi*, 2(1), 31–40. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i1.253>
- Romindo, Muttaqin, Hadi Saputra, D., Wahyudi Purba, D., Iswahyudi, M., Rumondang Banjamahor, A., Halim Perdana Kusuma, A., Effendy, F., Krianto Sulaiman, O., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (T. Limbong (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.
- Tantomi, I. (2022). *Cuma di Cantik Fest, Semua Kebutuhan Perempuan Bisa Kamu Borong Mulai dari Rp100 Aja Lho*. [Www.Fimela.Com](http://www.fimela.com). Diakses pada 23 Februari 2022
- Tokopedia. (2021). *Kisah Kami*. [Www.Tokopedia.Com](http://www.tokopedia.com). Diakses pada 15 Oktober 2022

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Siti Maisarah

NIM : 1151800090

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

Abstrak = analisis resepsi, khalayak, hegemoni dominan,
negosiasi, iklan
- tujuan penelitian ^{men} eksplorasi / mengeskripsikan

Bab 3 hal-20 - regulasi data = memilah-milah
data

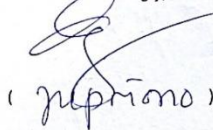
Bab 4 - tidak adanya posisi oposisi perlu
ada pembahasan, bisa tawar teoritis

Data kuantitatif - sesuaikan dg APA style ed. 7

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



(Nurpriono)

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

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : SITI MAISAROH

NIM : 1151800090

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

1. perbaiki alasan pemilihan informan.

3 smp

2. DAFTAR pustaka

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

()

Revisi dari Dosen Penguji,

()

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

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Siti Maisarah

NIM : 1151800030

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

Revisi seperti pada pembahasan sidang

Surabaya, 3 - 1 - 23
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


(Bagus Cahyo Shah A.P)

Revisi dari Dosen Penguji,

(Bagus Cahyo Shah A.P)

Lampiran 2. Kartu Bimbingan

193



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Maisaroh





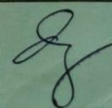
NBI : 1151800090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Drs. Jupriono, M.Si

Dosen Pembimbing II : Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak pada Isi Pesan Iklan " Cantik Fest " TokoPedia (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	19/05 2022.	- Sumber data - Iklan Cantik fest ! Iklannya gimana ? berapa kali tayang ? pesan Iklannya apa ? gimana viewernya ? like-nya ? - Harus ada Iklannya, ini resepsi, bukan kampanye		
2	14/06 2022.	Acc Bab 1 -> Lanjut Bab 2 & 3.		
3	19/10 22	Acc Bab 2 & 3 - revisi kriteria informan		
4	17/10 ²²	Revisi bab 1 & 2		
5	31/10 ²²	Bab 3 ada Revisi • Silahkan mengerjakan Guide Interview		

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
6	7/11/22	Revisi Guide Interview pada Pertanyaan nomor 3		<i>Jema</i>
7	29/11/22	Revisi bab 3 & 4	<i>Jema</i>	
8	27/11/22	Bab 4 dirapikan redaksionalnya jangan menggunakan point bullet tapi pakai a, b, c lalu setelah menyimpulkan satu persatu wawancara, simpulkan secara rinci tiap posisi itu kesimpulannya apa	<i>Jema</i>	<i>Jema</i>
9	7/12/22	ABE siap	<i>Jema</i>	<i>Jema</i>
10	12/12/22	Abstrak Daftar pustaka	<i>Jema</i>	

Catatan:

- Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
- Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan

Tanggal: 12-12-2022

Dosen Pembimbing I,

Jema
 (.....
 Drs. J. Priono, M.Si)

Dosen Pembimbing II,

Jemasanti
 (.....
 Immasanti Danadharta)

Lampiran 3. Hasil Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
15%	15%	4%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	2%	
2	www.coursehero.com Internet Source	2%	
3	ejournal.dewantara.ac.id Internet Source	1%	
4	m.fimela.com Internet Source	1%	
5	text-id.123dok.com Internet Source	1%	
6	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	1%	
7	es.scribd.com Internet Source	<1%	
8	repository.uph.edu Internet Source	<1%	
9	www.scribd.com Internet Source	<1%	
10	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus II Student Paper	<1%	

11	ftu.sirotin.biz Internet Source	<1 %
12	adoc.pub Internet Source	<1 %
13	docplayer.info Internet Source	<1 %
14	www.idntimes.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
16	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
17	sinta.unud.ac.id Internet Source	<1 %
18	slideplayer.info Internet Source	<1 %
19	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
20	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
21	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
22	kaoskeren.net Internet Source	<1 %
23	repository.unair.ac.id Internet Source	

		<1 %
24	123dok.com Internet Source	<1 %
25	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
26	kingrama9.net Internet Source	<1 %
27	nusantaranews.co Internet Source	<1 %
28	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
29	Genny Gustina Sari, Ismandianto, Rasyida Darman. "Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat Melalui Media Instagram", LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2021 Publication	<1 %
30	aungsumbono.wordpress.com Internet Source	<1 %
31	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
33	zakia.blog.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %

34	materikuliahkublog.blogspot.com Internet Source	<1%
35	id.wikipedia.org Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

- a. Aisyah Adelia Handayani
 1. Dari mana anda mengetahui iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Dari Youtube
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia?
 - Kurang lebih 2 tahunan
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Bagus, sangat informatif sekali. Iklannya juga tidak membosankan, lagunya ceria gampang diingat.
 4. Setelah menonton tayangan iklan tersebut, isi pesan apa yang anda tangkap dari iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Pada tayangan tersebut Tokopedia mengingatkan kita sebagai kaum hawa / perempuan untuk membeli kebutuhan kecantikan di Tokopedia pada tanggal 1-8 di setiap bulannya
 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan tersebut anda tertarik untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dengan aplikasi Tokopedia?
 - Iya karena diskonya lumayan banyak dan gratis ongkir tanpa minimum pembelian.
 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan di Tokopedia, apakah penawaran yang ada pada aplikasi sesuai dengan yang ada dalam iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Sesuai kok, apa yang diiklankan dengan yang ada di aplikasi.
- b. Egga Alvionita
 1. Dari mana anda mengetahui iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Youtube
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia?
 - Dari 2020, awal pandemi.
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Menarik sih, iklannya juga simple, informasinya juga menarik perhatian karena seputar promo.
 4. Setelah menonton tayangan iklan tersebut, isi pesan apa yang anda tangkap dari iklan “Cantik Fest” Tokopedia?

- Promo diskon besar-besaran khusus perempuan setiap tanggal 1-8 tiap bulannya dengan gratis ongkir dan masih banyak promo lainnya.
5. Apakah setelah menonton tayangan iklan tersebut anda tertarik untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dengan aplikasi Tokopedia?
 - Tertarik, karena apapun bisa dibeli di Tokopedia setiap tanggal 1-8 tiap bulan.
 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan di Tokopedia, apakah penawaran yang ada pada aplikasi sesuai dengan yang ada dalam iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Sesuai, karena saya bisa dapat potongan harga dan gratis ongkir.
- c. Mayadika Nastiti
1. Dari mana anda mengetahui iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Iklan Youtube
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia?
 - Sekitar 1 tahunan
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Iklan “Cantik Fest” ini menargetkan perempuan jadi isi iklannya tentu saja seputar promo yang dapat menarik perhatian.
 4. Setelah menonton tayangan iklan tersebut, isi pesan apa yang anda tangkap dari iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Memberikan penawaran potongan harga setiap tanggal 1-8 khususnya untuk para perempuan yang sedang mencari kebutuhan kecantikan
 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan tersebut anda tertarik untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dengan aplikasi Tokopedia?
 - Tertarik sih, karena promo-promonya hanya berlaku ditanggal 1-8.
 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan di Tokopedia, apakah penawaran yang ada pada aplikasi sesuai dengan yang ada dalam iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Pasti, kalau ada potongan harga lebih besar pasti dipakai.
- d. Titik Dwi Novianti
1. Dari mana anda mengetahui iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Iklan Youtube
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia?

- 2 tahunan tapi meski sudah lama di instal aplikasi ini itu jarang malah hampir ngga pernah dipakai mbak.
 - 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Sempel, *colourfull*, iklannya juga mudah dipahami
 - 4. Setelah menonton tayangan iklan tersebut, isi pesan apa yang anda tangkap dari iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Di iklannya itu isinya kebanyakan nawarin produk-produk kecantikan sama perabot yang lucu-lucu di setiap tanggal 1-8
 - 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan tersebut anda tertarik untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dengan aplikasi Tokopedia?
 - Iya tertarik mbak, apalagi *skincare* kan sudah jadi kebutuhan wajib.
 - 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan di Tokopedia, apakah penawaran yang ada pada aplikasi sesuai dengan yang ada dalam iklan “Cantik Fest” Tokopedia?
 - Sama kok mbak, kan habis liat iklan itu aku iseng ngecek dan beneran diskonnya banyak banget. Apalagi ngga ada minimum pembelian buat dapat gratis ongkir.
- e. Nabila Ivania Hartono
1. Dari mana anda mengetahui tentang iklan "Cantik Fest" Tokopedia
 - Dari iklan youtube mbak
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja online Tokopedia?
 - Belum lama mbak, ada paling kalau setahunan ini.
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia?
 - Tayangannya menarik, apa yang ditawarkan itu ditonjolkan jadi iklannya juga sangat informatif bagi penggila diskon
 4. Setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, menurut anda isi pesan apa yang anda dapat setelah menonton tayangan iklan tersebut?
 - Banyak diskon menarik pada pembelian produk fashion, barang-barang lucu, keperluan ibu dan anak dan kosmetik juga.
 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Tertarik lah mbak, semua perempuan itu suka banget sama promo dan diskon

6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan, apakah anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Sesuai kok mbak, gratis ongkirnya juga berguna banget kalau misal saya cuma beli barang yang kecil gitu kan lumayan mbak harganya sangat terjangkau.

- f. Uci Nur Q. S.
 1. Dari mana anda mengetahui tentang iklan "Cantik Fest" Tokopedia
 - Saya mengetahui iklan "Cantik Fest" ini dari iklan di Youtube sewaktu saya lagi nonton video mukbang tapi juga pernah liat iklan ini ditv
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja online Tokopedia?
 - Saya menggunakan Tokopedia sejak tahun 2019. Tokopedia ini aplikasi belanja *online* pertama saya.
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia?
 - Menurut saya iklannya sendiri simpel ya terus dari model iklannya juga berwarna-warni, khususnya pink dan hijau. Bintang iklannya juga kebanyakan perempuan, jadi gampang dipahami.
 4. Setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, menurut anda isi pesan apa yang anda dapat setelah menonton tayangan iklan tersebut?
 - Menurut saya isi pesan yang disampaikan, yang pertama iklan ini menginformasikan tentang penawaran diskon
 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Kalau dari saya iya, karena saya suka banget ya kalau ada promo terutama untuk produk kecantikan. Dengan adanya iklan ini membuat saya tau dan langsung cek Tokopedia untuk melihat produk apa yang saya ingin beli. Iklannya sangat membantu lah.
 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan, apakah anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Sama kok, waktu pas abis liat iklannya iseng cek barang yang mau aku beli. Cashback yang ditawarkan malah lebih besar dari pada penawaran yang di tayangkan di iklan Tokopedia.

- g. Dinda Ayu Rahmadani
 1. Dari mana anda mengetahui tentang iklan "Cantik Fest" Tokopedia?

- Saya mengetahui iklan “Cantik Fest” tersebut pertama kali dari Youtube ads dan televisi.
2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja online Tokopedia?
 - Saya menggunakan Tokopedia untuk media belanja *online* sudah 3 tahun.
 3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia?
 - Pendapat saya tentang iklan tersebut, saya rasa iklan “Cantik Fest” cukup menjelaskan tentang bagaimana sebuah produk yang dikhususkan untuk wanita, kategori mempercantik atau memperindah ini menjadi media promosi yang sangat unik. Terlebih kebutuhan wanita saat ini bukan hanya tentang belanja sayur mayur saja tetapi juga merawat diri itu sangat diperlukan.
 4. Setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, menurut anda isi pesan apa yang anda dapat setelah menonton tayangan iklan tersebut?
 - Isi pesan yang saya tangkap. Iklan tersebut kurang menceritakan lebih detail mengenai produk kecantikan apa saja yang ditawarkan. Judul iklannya kan “Cantik Fest” tetapi dalam iklan tersebut lebih banyak menunjukkan beragam barang elektronik saja. Soalnya gini, bagi sebagian orang kata cantik itu dominan dengan *skincare*, *bodycare*, kosmetik dll. Nah iklan ini itu kurang menonjolkan produk-produk tersebut.
 5. Apakah setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Tentu saja saya tertarik, terlepas bagaimana iklan itu dikemas kan yang penting promo, diskon, dan *cashback* yang ditawarkan.
 6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan, apakah anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Sesuai kok, meski ada pajak yang aku ngga ngerti pajak apa tapi tetap *worth it* kok penawarannya patut dicoba.
- h. Milania Rachmadani
1. Dari mana anda mengetahui tentang iklan "Cantik Fest" Tokopedia?
 - Pertama kali liat itu di iklan youtube sih, aku kan juga aktif di sosial media jadi ada muncul tuh di *timeline* twitter ku.
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi belanja online Tokopedia?
 - Pakai Tokopedia itu sudah dari 2018 akhir kayaknya, kalau sampai saat ini sudah sekitar 4 tahunan sih.

3. Bagaimana pendapat anda mengenai tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia?
 - Iklannya sih informatif ya tapi menurutku ada yang aneh dari kostum yang dipakai sama bintang iklannya. Kotak itu kan digambarkan sebagai *packaging* dari Tokopedia toh tapi menurutku itu kurang cocok, agak aneh sama konsepnya keseluruhannya.
4. Setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, menurut anda isi pesan apa yang anda dapat setelah menonton tayangan iklan tersebut?
 - Iklan ini itu kan mau menyampaikan kalau di Tokopedia ini ada periode "Cantik Fest" yang ada dari tanggal 1-8 dengan promo-promo dan segala bentuk penawaran menarik lainnya.
5. Apakah setelah menonton tayangan iklan "Cantik Fest" Tokopedia, anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Tentu saja kalau bisa dapat harga murah kan lumayan barangnya bisa dijual lagi dengan harga normal. Selain itu juga kalau ada promo-promo gini kan bisa menghemat pengeluaran belanja *skincare* ku.
6. Saat anda berbelanja kebutuhan kecantikan, apakah anda tertarik untuk menikmati penawaran yang ada untuk berbelanja kebutuhan kecantikan anda?
 - Sesuai kok, voucher belanjanya juga banyak jadi menurutku ngga ada beda lah sama apa yang ada di iklannya.

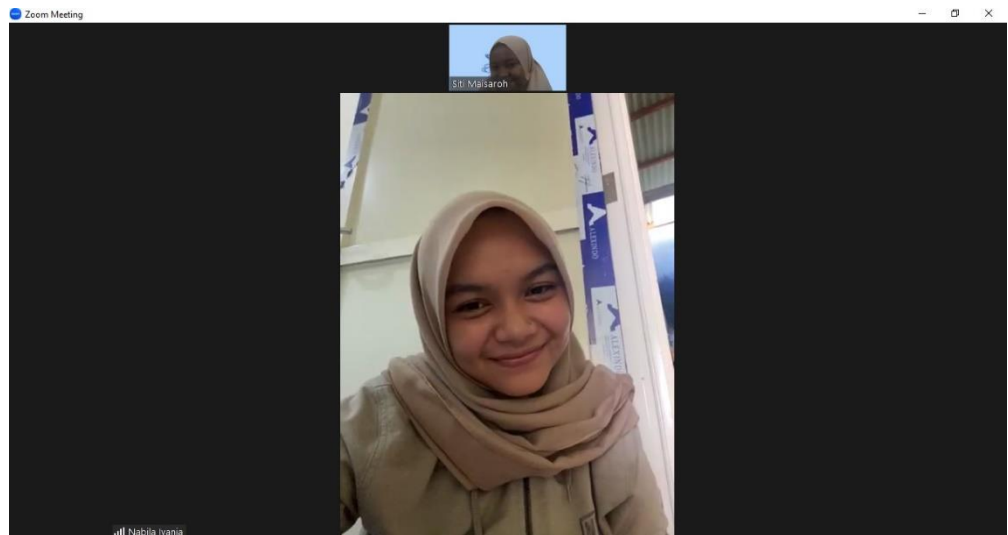
Lampiran 5. Foto Informan Penelitian

Foto bersama setelah wawancara *online*

a. Titik Dwi Novianti



b. Nabila Ivania Hartanto



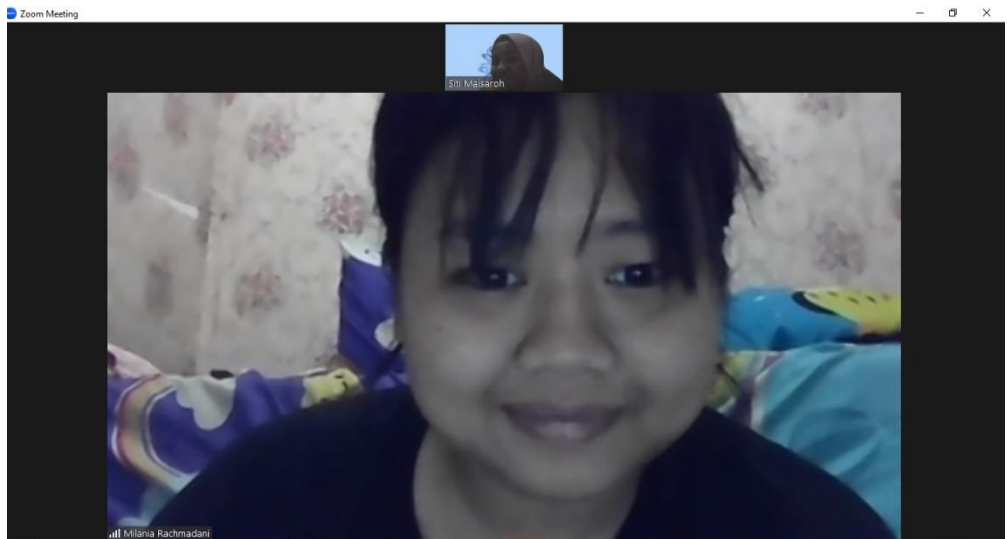
c. Uci Nur Qalimahtus S.



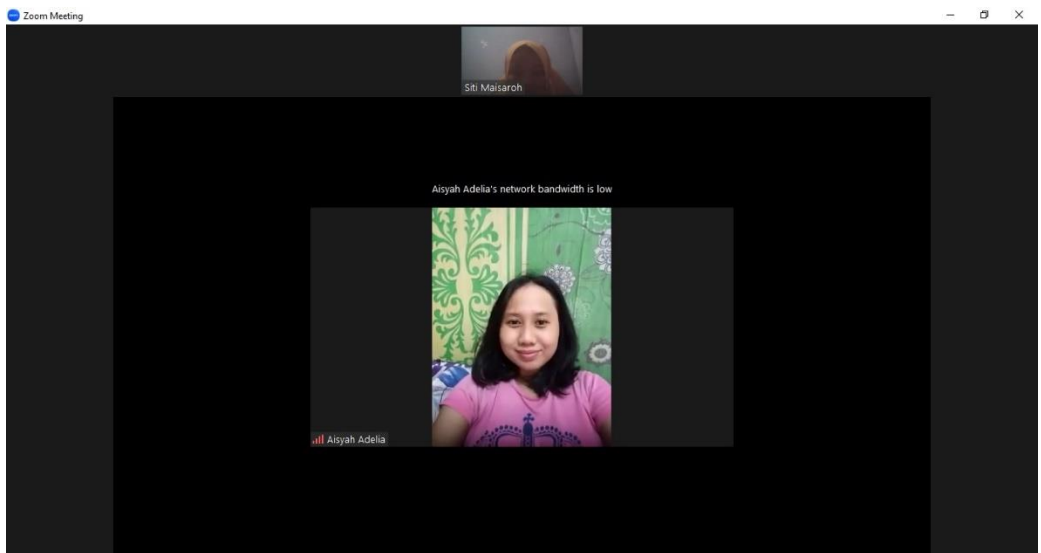
d. Dinda Ayu Rahmadani



e. Milania Rachmadani



f. Aisyah Adelia Handayani



g. Egga Alvionita



h. Mayadika Nastiti

