ANALISIS RESEPSI TERKAIT CITRA EKSKLUSIVITAS *LUXURY BRAND* PASCA PENGGUNAAN *LIVE* TIKTOK SEBAGAI MEDIA PENJUALAN PADA WANITA KARIER (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)

SKRIPSI

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

Oleh:
RENANDA AYU PARASTI
NBI. 1152200199

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

ANALISIS RESEPSI TERKAIT CITRA EKSKLUSIVITAS *LUXURY BRAND* PASCA PENGGUNAAN *LIVE* TIKTOK SEBAGAI MEDIA PENJUALAN PADA WANITA KARIER

(Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)

SKRIPSI

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

Oleh:
RENANDA AYU PARASTI
NBI. 1152200199

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	**Renanda Ayu Parasti**
NBI	:	**1152200199**
Judul	:	**Analisis Resepsi Terkait Citra Ekesklusivitas *Luxury Brand* Pasca Penggunaan Live Tiktok Sebagai Media Penjualan Pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)**

Surabaya, 11 Juni 2026

Mengetahui, **Dekan Fakultas Ilmu Sosal dan Ilmu Politik** **Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**	**Disetujui Oleh,** **Dosen Pembimbing I**
Prof. Dr. V. Rudy Handoko., M.S. **NPP. 20110.86.0062**	**Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom, M.Med.Kom.** **NPP. 20150.17.0741**

TANDA 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 11 Juni 2026

Dewan Penguji :

1. **Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.**
   Ketua ( )

2. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom.**
   Anggota I ( )

3. **Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A.**
   Anggota II ( )

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

Prof. Dr. V. Rudy Handoko., M.S.
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	:	Renanda Ayu Parasti
NBI	:	1152200199
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Analisis Resepsi Terkait Citra Ekesklusivitas *Luxury brand* Pasca Penggunaan *Live Tiktok* Sebagai Media Penjualan Pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan disusun atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiasi dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Apabila saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya secara jelas dan menuliskannya dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa dalam naskah skripsi ini terdapat unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 25 ayat (2) dan Pasal 70).

Surabaya, 11 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



(Renanda Ayu Parasti)

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

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

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Renanda Ayu Parasti
NBI/NPM	: 1152200199
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Karya	: Tesis

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

"Analisis Resepsi Terkait Citra Ekesklusivitas *Luxury brand* Pasca Penggunaan *Live* Tiktok Sebagai Media Penjualan Pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)."

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*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	: Surabaya
Pada Tanggal	: 30 Juni 2026

Yang Menyatakan



(Renanda Ayu Parasti)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Bapak Ir. Agus Supriaji dan Ibu Rina Arisanty, selaku ayah dan ibu tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti.
2. Kakak saya, Arini Dinda Pramesti, serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta nasihat agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan, Dewi Citra Wulan Dari, Nur Syakbana, Jingga Jingga, dan Vania Abigail, yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan di masa sulit.
4. Diri saya sendiri, Renanda Ayu Parasti, yang telah berjuang, bertahan, dan berhasil melewati berbagai tantangan hingga menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
5. Segenap civitas akademika Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan lingkungan akademik yang luar biasa bagi saya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Renanda Ayu Parasti
Tempat, Tanggal Lahir	: Surabaya, 29 April 2004
Alamat	: Jl. Petemon Sidomulyo Tengah no. 12
Jenis Kelamin	: Perempuan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status Perkawinan	: Belum Menikah
Agama	: Islam
Email	: renandaayuparasti@gmail.com
No. Telp/Hp	: 0881-0261-55588

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Petemon 1 Surabaya (2010 – 2016)
2. SMP Negeri 42 Surabaya (2016 – 2019)
3. SMA Hang Tuah 1 Surabaya (2019 – 2022)
4. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2022 – 2026)

RINGKASAN

Renanda Ayu Parasti, 2026. **Analisis Resepsi Terkait Citra Ekesklusivitas *Luxury brand* Pasca Penggunaan *Live* Tiktok Sebagai Media Penjualan Pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana audiens, khususnya wanita karier, memaknai citra eksklusivitas *Luxury brand* setelah adanya perubahan strategi komunikasi melalui TikTok *Live*. Perkembangan tren *Live commerce* mendorong berbagai *Luxury brand*, salah satunya Yves Saint Laurent (YSL) *Beauty* Indonesia, memanfaatkan TikTok *Live* sebagai media pemasaran dan penjualan yang lebih interaktif serta mudah diakses publik. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti karena terdapat perbedaan antara karakter TikTok yang terbuka dan menjangkau khalayak luas dengan citra *Luxury brand* yang identik dengan eksklusivitas dan kesan premium.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap beberapa wanita karier yang aktif menggunakan TikTok dan pernah menyaksikan siaran *Live* YSL *Beauty*. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall untuk melihat posisi pembacaan audiens terhadap pesan yang disampaikan oleh brand.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi dominant reading. Walaupun YSL *Beauty* hadir melalui *platform* yang bersifat terbuka, para informan tetap memandang brand tersebut sebagai produk yang eksklusif, mewah, dan premium. Kehadiran TikTok *Live* dinilai tidak mengurangi citra *Luxury brand* selama kualitas branding dan standar harga tetap dipertahankan. Penelitian ini juga menemukan adanya perubahan pemaknaan terhadap eksklusivitas, di mana kemewahan tidak lagi hanya dilihat dari keterbatasan akses di butik fisik, tetapi juga dari pengalaman digital yang mampu dibangun oleh brand melalui *platform* media sosial.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, *Luxury brand*, TikTok *Live*, Eksklusivitas, Wanita Karier.

SUMMARY

Renanda Ayu Parasti, 2026. ***Analisis Resepsi Terkait Citra Ekesklusivitas Luxury brand Pasca Penggunaan Live Tiktok Sebagai Media Penjualan Pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent Beauty Indonesia)***

This study aims to examine how audiences, particularly career women, interpret the exclusivity image of Luxury brands following changes in communication strategies through TikTok Live. The growing trend of Live commerce has encouraged many Luxury brands, including Yves Saint Laurent (YSL) Beauty Indonesia, to utilize TikTok Live as a more interactive and publicly accessible marketing and sales medium. This phenomenon is interesting to study because there is a contradiction between TikTok's open and mass-oriented nature and the exclusive, premium image traditionally associated with Luxury brands.

This research employs a qualitative approach using a phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews with several career women who actively use TikTok and have watched YSL Beauty Live sessions. The data were then analyzed using Stuart Hall's reception analysis theory to identify the audience's reading positions toward the messages deLivered by the brand.

The findings reveal that most informants were positioned within the dominant reading category. Although YSL Beauty is presented through an open and widely accessible platform, the informants still perceive the brand as exclusive, luxurious, and premium. The accessibility offered by TikTok Live does not diminish the Luxury image of the brand as long as the quality of branding and pricing standards are maintained. This study also found a shift in the meaning of exclusivity, where Luxury is no longer defined solely by limited access through physical boutiques, but also through the quality of digital experiences created by the brand on social media platforms.

Keywords: *Reception Analysis, Luxury brand, TikTok Live, Exclusivity, Career Women.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Resepsi Terkait Citra Eksklusivitas *Luxury brand* Pasca Penggunaan TikTok *Live* sebagai Media Penjualan pada Wanita Karier (Studi pada Yves Saint Laurent *Beauty* Indonesia)" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi saya dalam menempuh pendidikan.
2. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama masa studi.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nara Garini Ayuningrum, S.Tr.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas segala waktu, kesabaran, ilmu, dan nasihat berharga yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh Dosen Pengajar serta Staf Program Studi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya, yang telah membantu memberikan bekal ilmu dan kemudahan dalam proses administrasi selama saya menempuh pendidikan.
6. Orang tua tercinta, Ir. Agus Supriaji dan Rina Arisanty, yang selalu menjadi doa di setiap sujud, memberikan kasih sayang yang tak terhingga, serta dukungan moral dan material yang menjadi kekuatan utama saya hingga sampai di titik ini.
7. Kakak saya, Arini Dinda Pramesti, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kasih sayang yang tulus.
8. Teman-teman seperjuangan, Dewi Citra Wulan Dari, Nur Syakbana, Jingga Jingga, dan Vania Abigail. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan

dukungan moral yang membuat perjalanan masa kuliah ini menjadi lebih bermakna.

9. Kekasih saya, Aziiz Pratama Nugraha, terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, pemberi semangat, dan pendamping yang setia dalam melewati setiap proses suka maupun duka selama penyusunan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri, Renanda Ayu Parasti, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan tanggung jawab akademik ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu untuk segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta dapat bermanfaat bagi saya dan orang lain.

Surabaya, 11 Juni 2026

(Renanda Ayu Parasti)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iv**
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **vii**
RINGKASAN ..... **viii**
SUMMARY ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 3
1.3 Batasan Penelitian 3
1.4 Tujuan Penelitian 4
1.5 Manfaat penelitian 4
1.5.1 Manfaat Teoritis 4
1.5.2 Manfaat Praktis 5
BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Landasan Teori 11
2.1.2 Teori Resepsi 11
2.3 Landasan Konseptual 13
2.3.1 Konsep Dasar *Luxury* 13
2.3.2 Konsep Citra Eksklusivitas *Luxury brand* 14
2.3.3 Konsep Dasar Tiktok 15
2.3.4 Konsep Media Digital TikTok *Live* 15
2.4 Kerangka Pemikiran 16
BAB III METODE PENELITIAN **21**
3.1 Pendekatan Penelitian 21
3.2 Jenis Penelitian 21

3.3 Subjek Dan Objek Penelitian 22
3.3.1 Subjek 22
3.3.2 Objek 23
3.4 Jenis Data 23
3.4.1 Data Primer 23
3.4.2 Data Sekunder 23
3.5 Teknik Pengumpulan Data 23
3.6 Teknik Analisis Data 24
3.7 Keabsahan Data 25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian 27
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian 27
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian 28
4.2 Hasil Penelitian 29
4.2.1 Pemaknaan Awal Informan terhadap YSL *Beauty* sebagai *Luxury brand* Sebelum Penggunaan TikTok *Live* 30
4.2.2 Pemaknaan Akhir Informan terhadap YSL *Beauty* sebagai *Luxury brand* Pasca Penggunaan TikTok *Live* 32
4.3 Pembahasan Penelitian 35
4.3.1 Dominant Reading terhadap Citra Eksklusivitas YSL *Beauty* 35
4.3.2 Negotiated Reading terhadap Citra Eksklusivitas YSL *Beauty* 38
4.3.3 Oppositional Reading terhadap Citra Eksklusivitas YSL *Beauty* 40
BAB V PENUTUP 43
5.1 Kesimpulan 43
5.2 Rekomendasi 44
DAFTAR PUSTAKA 47
LAMPIRAN 49

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir Sumber: Analisis Penulis 17

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....7
Tabel 4. 1 Deskripsi Subjek Penelitian.....29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Tampilan Logo YSL.....27
Gambar 4. 2 Aktivitas *Live* Tiktok YSL *Beauty* Indonesia.....28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Guide Interview 49
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Verbatim 54
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara 74
Lampiran 4 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1 75
Lampiran 5 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2 76
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3 77
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi 78
Lampiran 8 Bukti Turnitin 80