



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



**SAFIRA FAUZIAH**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Judul Karya Ilmiah Tugas Akhir Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Emina Sunscreen Series: Introducing #SPFBestie di Youtube” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Safira Fauziah  
J1301211005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RINGKASAN

SAFIRA FAUZIAH. Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Emina *Sunscreen* Series: Introducing #SPFBestie di Youtube. Dibimbing oleh ALFI RAHMAWATI, TASYA CAMILA

Penelitian ini membahas resepsi khalayak muda terhadap isi pesan iklan Emina Sunscreen Series #SPFBestie di YouTube, yang semakin relevan seiring meningkatnya tren penggunaan skincare di kalangan generasi muda Indonesia. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana audiens menafsirkan pesan edukatif dalam iklan tersebut serta faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan atau penolakan pesan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi resepsi dan wawancara mendalam kepada delapan informan perempuan berusia 15–25 tahun yang aktif menggunakan skincare dan telah menonton iklan Emina di YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada pada posisi dominant-hegemonic and negotiated, dengan faktor pengalaman skincare, kepercayaan pada brand dan influencer, konsumsi konten kecantikan digital, gaya hidup, serta sikap terhadap brand menjadi penentu utama resepsi. Temuan ini menegaskan bahwa proses decoding pesan iklan berlangsung aktif dan dipengaruhi oleh interaksi antara karakteristik audiens dan strategi komunikasi yang digunakan brand.

Kata Kunci : Resepsi Khalayak, Iklan, Youtube

## SUMMARY

SAFIRA FAUZIAH. *Audience Reception of Emina Sunscreen Advertisement Message Content Series: Introducing #SPFBestie on Youtube. Supervised by ALFI RAHMAWATI, TASYA CAMILA*

*This study discusses the reception of young audiences towards the message content of the Emina Sunscreen Series #SPFBestie advertisement on YouTube, which is increasingly relevant along with the increasing trend of skincare use among the young generation of Indonesia. The purpose of the study was to determine how the audience interprets the educational message in the advertisement and the factors that influence the acceptance or rejection of the message. The research method used was qualitative with a reception study approach and in-depth interviews with eight female informants aged 15–25 years who actively use skincare and have watched Emina advertisements on YouTube. The results showed that the majority of informants were in dominant-hegemonic and negotiated positions, with factors of skincare experience, trust in brands and influencers, consumption of digital beauty content, lifestyle, and attitudes towards brands being the main determinants of reception. These findings confirm that the process of decoding advertising messages is active and influenced by the interaction.*

*Keywords: Audience Reception, Advertising, Youtube*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah,
  - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



## **RESEPSI KHALAYAK TERHADAP ISI PESAN IKLAN EMINA SUNSCREEN SERIES: INTRODUCING #SPFBESTIE DI YOUTUBE**

**SAFIRA FAUZIAH**

Skripsi Terapan  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Penelitian: Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Emina Sunscreen  
Series: Introducing #SPFBestie di Youtube

Nama : Safira Fauziah  
NIM : J1301211005

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Alfi Rahmawati, S.K.PM., M.Si

Pembimbing 2:  
Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Diketahui oleh



Ketua Program Studi:  
Dr. Hudi Santoso, S.Sos, M.P  
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T  
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian:  
Sabtu, 14 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Juni 2025, dengan judul “Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Emina Sunscreen Series: Introducing #SPFBestie di Youtube”.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusinya dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini:

1. Orang tua penulis, Ibunda Tuti Alawiah, Ayahanda Yana Herdiawan, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan moril, material, serta doa yang tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si dan Tasya Camila Hamdani, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, saran, dan berbagi pengalaman kepada penulis selama proses bimbingan berlangsung.
3. Ika Sartika, S.Sn., M.S Selaku dosen moderator dan penguji yang telah memberikan waktu, masukan, dan perspektif akademik yang sangat berharga untuk penyempurnaan tugas akhir ini. Terima kasih atas pertanyaan-pertanyaan yang memacu penulis untuk berpikir lebih kritis dan menyempurnakan substansi dari penelitian ini.
4. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.
5. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.
6. Emina Cosmetic yang telah menjadi subjek penelitian penulis.
7. Rahmat Ferdiansyah yang telah menjadi sosok penyemangat di kala penulis berada dalam kondisi terendah, serta pendengar setia yang penuh kesabaran dalam menghadapi berbagai keluh kesah.
8. Sahabat-sahabat terbaik yang telah menemani penulis dalam berbagai fase kehidupan selama empat tahun terakhir, yakni sahabat “Wanita Surga”, “Next Kemana Yak?” yang telah menjadi keluarga kedua penulis dalam suka maupun duka.
9. Teman-teman seperjuangan selama proses bimbingan yaitu Sya’ran, Athaullah, dan Anisa. Terima kasih atas kerja sama, semangat, dan dukungan yang senantiasa terjaga selama penyusunan laporan ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

*Safira Fauziah*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Media Baru ( <i>New Media</i> )	5
2.2 Youtube sebagai <i>New Media</i>	6
2.3 Analisi Resepsi Struart Hall	7
2.4 Iklan	8
2.5 Khalayak	9
2.6 Penelitian Terdahulu	9
2.7 Kerangka Pemikiran	15
III METODE	17
3.1 Desain Penelitian	17
3.2 Lokasi dan Waktu	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data	17
3.4 Teknik Analisis Data	18
3.5 Subjek Penelitian	19
3.6 Alat dan Bahan Penelitian	19
3.7 <i>Output</i> Penelitian	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Analisis Ringkas Iklan Emina <i>Sunscreen Series: Introducing #SPFBestie</i>	21
4.2 Identitas Subjek Penelitian	24
4.3 Analisis Penyampaian Pesan <i>Encoding</i> Iklan Emina Berdasarkan Perspektif Praktisi Periklanan	26
4.4 Analisis Resepsi khalayak terhadap isi pesan yang terkandung dalam iklan Emina <i>Sunscreen Series #SPFBestie</i>	29
4.5 Faktor-faktor yang memengaruhi resepsi khalayak terhadap iklan Emina <i>Sunscreen Series #SPFBestie</i>	34
4.6 Analisis Hasil Teori Struart Hall	40
V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Penelitian Terdahulu	8
2	Tabel 2 Identitas Subyek Penelitian	20

## DAFTAR GAMBAR

1	Gambar 1 kerangka pemikiran	15
2	Gambar 2 kerangka pemikiran	15

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara	42
2	Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.