

**PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN KAMPANYE
#BEAUTYDIQUITY LUXCRIME MELALUI INSTAGRAM**

**(Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Reza Desty Merlyana

202010040311306

Dosen Pembimbing:

Jamroji, M. Comms

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

REZA DESTY MERLYANA

202010040311306

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S


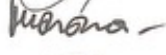

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 08 Januari 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M. Si** ()
2. **Zen Amirudin, M.Med.Kom** ()
3. **Jamroji, M.Comms** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Kholil Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PENGESAHAN

PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN KAMPANYE
#BEAUTYDIQIITY LUXCRIME MELALUI INSTAGRAM (Studi Resepsi
pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan
2020)

Diajukan Oleh :

REZA DESTY MERLYANA
202010040311306

Telah disetujui
Rabu / 08 Januari 2025

Pembimbing I



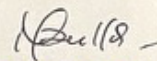
Jamroji, M. Comms

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Reza Desty Merlyana
NIM : 202010040311306
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)

Disetujui,
Pembimbing

(Jamroji, S.Sos., M.Comms)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Baniwang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 583 095

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Scanned with CamScanner

LEMBAR ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Reza Desty Merlyana
NIM : 202010040311306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Reza Desty Merlyana



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 569 835

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 186 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 527 953

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 564 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/XII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Reza Desty Merlyana
No. Induk Mahasiswa : 202010040311306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 18 Desember 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms
NIP. 10302030373



Kampus I

Jl. Baweano 1 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 821321 (Pusat)
F: +62 341 821434

Kampus II

Jl. Firdausyana Rutawo No. 188 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 5233 140 (Pusat)
F: +62 341 5233 100

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 404 219 (Pusat)
F: +62 341 460 430
E: webmaster@umh.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Reza Desty Merlyana
NIM : 202010040311306
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

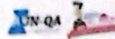
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 18 Desember 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si




Kampus I
Jl. Dawidara I Malang, Jawa Timur
T. +62 341 501 253
F. +62 341 501 132


Kampus II
Jl. Dawidara Subani No. 108 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 501 340
F. +62 341 501 340

Kampus III
Jl. Rajin Tegayuan No. 340 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 404 218
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN PLAGIASI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)

Oleh:


Nama : REZA DESTY MERLYANA
NIM : 202010040311306

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,



Malang, 18 Desember 2024

Pembimbing I/Promotor



Jamroji, S.Sos., M.Comms
NIP. 10302030373

(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
Telp. +62 341 551 013 (Hunting)
F. +62 341 400 115

Kampus II
Jl. Zaidungra Sutarna No 155 Malang Jawa Timur
Telp. +62 341 551 115 (Hunting)
F. +62 341 551 115

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : REZA DESTY MERLYANA

NIM : 202010090311306

Hasil Plagiasi : ^{12/10}

BAB I	2			
BAB II	1			
BAB III	13			

BAB IV	^{12/10} 11			
BAB V	14			
BAB VI				

Malang, 12/10/2024
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki

CS Scanned with CamScanner



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PENELITIAN SKRIPSI



Pada hari : Rabu

Tanggal : 27 November 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :



1. Nama : Reza Desty Merlyana
2. NIM : 202010040311306
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)
6. Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms
7. Dosen Penguji : Zen Amirudin S.Sos, M.Medkom

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link

<https://us06web.zoom.us/j/85263240474?pwd=jovIVWCUI65s8ZGTBqotK3Ubv1ZHca.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang 16 Desember 2024

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Jamroji, S.Sos., M.Comms

Zen Amirudin S.Sos, M.Medkom

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Nasrullah S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 551 253

Kampus II

Jl. Bendungan Sulaim No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 149 (Hunting)
F: +62 341 521 149

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P: +62 341 454 319 (Hunting)
F: +62 341 454 319
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

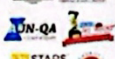


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

NO	NAMA	NIM	KETERANAGAN
1.	Zhafira Nur Syahfa	202110040311026	Ilmu Komunikasi
2.	Fatwadilla Emilia Putri	202010040311435	Ilmu Komunikasi
3.	Yudha Setiawan	202010040311427	Ilmu Komunikasi
4.	Tiara Hijri Mardova	202010040311063	Ilmu Komunikasi
5.	Achmad Darryl Alam Firmansyah	202010040311120	Ilmu Komunikasi
6.	Andynie Rahma Putri	202310040311036	Ilmu Komunikasi
7.	Naufal Javier Risqiansyah	202310040311162	Ilmu Komunikasi
8.	Shaila Aisya Ramadhani	202310040311034	Ilmu Komunikasi
9.	Wahyu Egi Pratama	202110040311166	Ilmu Komunikasi
10.	Shalamah Syaharbanu Azzahra	202110040311495	Ilmu Komunikasi
11.	Mukhtar Raija Ihsan	202010040311398	Ilmu Komunikasi
12.	Alifio fanzabel Akbar	202010040311530	Ilmu Komunikasi
13.	Afrinda Galuh Oktavira	202010040311293	Ilmu Komunikasi
14.	Johan Surya G	202110160311380	Manajemen
15.	DHIYO NARMIANA PUTRI	202110180311040	Ekonomi Pembangunan
16.	Sekar Triantis	2020100403113355	Ilmu Komunikasi
17.	Birrinda Fara Adyba	202110040311105	Ilmu Komunikasi
18.	Utita Su'ad	20201004311404	Ilmu Komunikasi
19.	Diah Amanda Purnamasari	202010040311134	Ilmu Komunikasi
20.	Ihsan Sutanto	202010040311091	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 818

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarna No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 592 010

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Reza Destty Merlyana
2. NIM : 202010040311306
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)
6. Pembimbing : Jamroji S.Sos, M.Comms.
7. Kronologi Bimbingan:

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
07 Januari 2024	Pengajuan Judul "Analisis Resepsi Terhadap Kampanye #Beautydiquity Luxcrime Melalui Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)"	
18 Februari 2024	pengajuan BAB I - III	
20 Mei 2024	ACC BAB I - III	
13 Juli 2024	Seminar Proposal	
18 September 2024	Revisi Judul	
29 September 2024	Revisi BAB II	
05 Oktober 2024	Revisi Bab III	
25 Oktober 2024	Pengajuan BAB IV - V	
15 November 2024	ACC BAB IV	
22 November 2024	ACC Abstrak dan BAB V	
27 November 2024	Seminar Hasil	

Malang, 16 Desember 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji S.Sos, M.Comms.

NIP. 1030203037



Kampus I
Jl. Baniang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 186 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 553 069

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Oleh: Reza Desty Merlyana (202010040311306) PEMAKNAN MAHASISWA TERHADAP PESAN KAMPANYE #BEAUTYDIQUITY LUXCRIME MELALUI INSTAGRAM (Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)

Dosen Pembimbing: Jamroji, M.Comms

Bibliografi : Buku 8, Jurnal 29, Website 1

Kata Kunci : Resepsi, Campaign, Komunikasi Massa, Instagram

Penelitian ini berangkat dari Lembaga survey kecantikan pertama dan terlengkap di Indonesia yaitu ZAP. Temuan penelitiannya yaitu ZAP *Beauty Index* memaparkan bahwa wanita percaya adanya *beauty privilege*. *Beauty privilege* adalah perlakuan istimewa yang diberikan kepada seseorang karena penampilan fisiknya yang menarik atau cantik. Hal ini akan membuat seseorang merasa percaya diri ketika berinteraksi sosial di manapun berada. Ketika *beauty privilege* ini tidak terpenuhi dengan baik, maka wanita akan merasa tidak puas dengan penampilan diri sendiri. Sehingga munculah dorongan kuat untuk selalu terlihat cantik dan menarik tersebut. Oleh karena itu kampanye #BeautyDiQuity Luxcrime diluncurkan dengan tujuan untuk mendobrak stereotip kecantikan konvensional dan mempromosikan keanekaragaman dalam definisi kecantikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai pemaknaan pesan yang diterima Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM angkatan 2020 terhadap Campaign #BeautyDiQuity Luxcrime.

Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi dari Stuart Hall dengan mengelompokkan posisi khalayak menjadi 3 posisi terhadap Kampanye Luxcrime #Beautydiquity. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif serta jenis penelitian dekriptif melalui teknik pengumpulan data *focus group discussion*, wawancara dan dokumentasi, subjek penelitian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.

Hasil penelitian menunjukan berbagai penerimaan pesan dari subjek penelitian terhadap kampanye #Beautydiquity Luxcrime. Perbedaan penerimaan pesan dari masing-masing subjek ditunjukan dengan 4 dari 6 orang konsisten pada posisi negotiated, sedangkan 2 diantaranya pada awalnya berada pada posisi oposisi di topik interpretasi pesan, mencakup pesan verbal, visual dan pemilihan talent. Kemudian menjadi posisi negotiated pada topik efek kampanye karena menyetujui dengan syarat adanya keberlanjutan program dari kampanye ini. Sementara 2 lainnya secara konsisten jatuh pada posisi dominan hegemonic pada 3 pokok bahasan secara berturut-turut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan penerimaan pesan dipengaruhi oleh latar belakang subjek, khususnya antara individu yang berorganisasi dan yang tidak berorganisasi, tingkat keaktifan dalam mengikuti isu keberempunaan serta lingkungan kerja sebagai faktor pembeda utama.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Jamroji, S.sos, M.Comms.

Peneliti

Reza Desty Merlyana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** yang senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran bagi penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. **Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E, M.Si**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. **Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. **Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si**, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. **Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms**, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
6. **Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi** Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, pengalaman, serta inspirasi yang berharga selama masa perkuliahan.
7. **Ibu Tercinta Lamini, Bapak Lastari, Mbah Ti Saminah, Bude Murtiningsih**, yang selalu memberikan support kepada penulis, kasih sayang, dukungan dan kesabaran dan materiil dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar.
8. Yudha Setiawan sebagai partner penulis selama berkuliah hingga saat ini, membantu dikala sedih, senantiasa memberikan arahan, support mental dan materiil juga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga BPP UMM yang senantiasa memberikan motivasi, lingkungan yang mendukung untuk menjaga produktifitas penulis dan pikiran yang selalu sehat.
10. Teman-teman seperjuangan yang bertemu di akhir masa studi, Tiara Hijri Mardova dan Sekar Triantis Banowattie, Terimakasih atas waktu kebersamaan, motivasi, dan dukungan kalian sangat berarti.
11. Terimakasih Diri Sendiri, telah bertahan dan terus semangat pantang menyerah dalam situasi apapun. Selalu belajar dari kesalahan dan melangkah maju. Semoga kesuksesan menghampiri dimasa depan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
SURAT PERSETUJUAN PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 KAJIAN TEORITIS.....	8
2.1.1 Instagram Sebagai Media Komunikasi Sosial	8
2.1.4 Kampanye Sebagai Metode Penyelenggaraan Praktik Komunikasi.....	26
2.1.5 Macam-Macam Asumsi Tentang Khalayak atau Auedience Dalam Komunikasi Sosial	29

2.2 Penelitian Terdahulu	31
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Fokus Penelitian	37
3.4 Sumber Data	38
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)	39
2. Wawancara	40
3. Dokumentasi.....	41
3.7 Analisis Data.....	41
1. Kondensasi Data	41
2. Data Display	42
3. Conclusion Drawing/Verification.....	43
3.7.1 Analisis Resepsi.....	44
3.8 Keabsahan Data.....	47
1. Triangulasi Teknik.....	47
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Kampanye @BeautyDiquity Luxcrime	48
4.1.2 Profil Instagram Luxcrime @Luxcrime_id	50
4.2 Profil Partisipan <i>Focus Group Discussion</i>	51
4.2.1 Subjek 1	52
4.2.2 Subjek 2	53
4.2.3 Subjek 3	53
4.2.4 Subjek 4	53
4.2.5 Subjek 5	54
4.2.6 Subjek 6	54
4.2.7 Subjek 7	54
4.2.8 Subjek 8	55
4.3 Sajian Data Hasil Penelitian	55
4.3.1 Pembahasan.....	55
4.3.2 Analisis Data Penelitian.....	56

4.4 Analisis Resepsi Kampanye #Beautydiquity Luxcrime	68
BAB V.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87
DRAFT PANDUAN FGD.....	87
DRAFT PANDUAN WAWANCARA.....	89
Informasi Demografi	89
DRAFT PANDUAN DOKUMENTASI.....	91
Lampiran 3. Angket Pra-Penelitian	92
Data Hasil G Form	92
Responden Sesuai Kriteria :	93
Lampiran 04. Pelaksanaan FGD.....	93
Lampiran 05. Pelaksanaan wawancara Individu.....	94
Lampiran 5.1 Wawancara ke-2	95
Lampiran 06. Transkrip Focus Group Discussion	96
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 1	117
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 2	121
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 3	127
Lampiran 07. Transkrip Wawancara ke-2 Personal Subjek 3.....	132
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 4	136
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal ke-2 Subjek 4.....	143
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 5	146
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal ke-2 Subjek 5.....	152
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 6	155

Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal ke-2 Subjek 6.....166
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 7172
Lampiran 07. Transkrip Wawancara Personal Subjek 8178



DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10th ed.). CENGAGE.
- Assan, C. E., Vidyarini, T. N., Yogatama, A., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2020). *Citra Akun Instagram @Surabaya Menurut Followers Akun Instagram @Surabaya*.
- Chandra, R. M., Sudjianto, M. K., & Adriana, E. (2023). FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI (YANG PERLU DIMILIKI) GENERASI Z DALAM MEMPERSIAPKAN KARIR. *Student Research Journal*, 1(3). <https://doi.org/10.55606/stjyappi.v1i3.345>
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Diamannov Widodo, A., Yogatama, A., & Budiana, D. (2022). Resepsi Perempuan terhadap Konsep Kecantikan pada Kampanye Somethinc #YourOnlyLimit di Instagram. *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA*, 10.
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., & Wisahra, A. (2022). RESEPSI KHALAYAK TERHADAP KAMPANYE DIET KANTONG PLASTIK PADA INSTAGRAM @IDDKP. *Universitas Persada Indonesia Y.A.I*, 3, 311.
- Fahma, A., & Nurhalimah. (2018). ANALISIS MODEL KOMUNIKASI HAROLD DWIGHT LASWELL TERHADAP NOVEL ASMA NADIA CINTA 2 KODI. *D a k w a t u n a : J u r n a l D a k w a h d a n K o m u n i k a s i I s l a m*, 4(1).
- Fatmawati, E. (2018). *Kajian Resepsi Pustakawan Terhadap Tayangan Gemilang Perpustakaan Nasional 2016 di TV One*.
- Firdaus, S., & Hamdu, G. (2020). PENGEMBANGAN MOBILE LEARNING VIDEO PEMBELAJARAN BERBASIS STEM (SCIENCE, TECHNOLOGY, ENGINEERING AND MATHEMATICS) DI SEKOLAH DASAR. *JINOTEP (Jurnal Inovasi Teknologi Pembelajaran)*, 66(2), 68–69. <https://doi.org/10.17977/um031v7i22020p066>
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Hernani, A., Dinas, U., & Sidoarjo, K. (2021). MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA. In *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga* (Vol. 11, Issue 1).
- Hulukati, W., & Djibran, Moh. R. (2018). ANALISIS TUGAS PERKEMBANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO. *Jurnal Bikotetik*, 2(1).
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2021). *KOMUNIKASI MASSA* (1st ed.). www.google.com

- Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, 11(1). <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Kusuma Habibie, D. (2018). DWI FUNGSI MEDIA MASSA. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 7, Issue 2).
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). Define Social Marketing. In *Social Marketing: Changing Behaviors for Good* (pp. 7–15). SAGE.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2016). Chapter 1 Defining and Disgtinguishing Sosial Marketing. In *Sosial Marketing : Changing Behavior for Good*. SAGE.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Selaras Media Kreasindo.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed., Vol. 2).
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Miles, Matthew. B., Huberman, Michael. A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis : A Method Sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Rajawali Pers.
- Nuswantoro, A. R. (2016). *Konservasi Media: Memori Kultural pada Media-Media Lama*.
- Permatasyari, A. (2021). PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Prosiding* (1) Juli, 2021.
- Prabhawa, M. D., Susi, & Rahayu, D. (2022). PENENTUAN TOP KAMPANYE PEMASARAN MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS PADA SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI MEDIA SOSIAL TWITTER. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Priarni, R. (2018). PERAN METODE KOMUNIKASI DALAM PENYAMPAIAN MATERI AGAMA ISLAM (Studi Kasus Di Tk Islam Tarbiyatul Banin 02 Salatiga Tahun 2017). *Jurnal Inspirasi*, 2(2).
- Rakhmat, J. (2012). *MANAJEMEN KAMPANYE (Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi)* (4th ed.). Remaja Rosdakarya Offset.
- Retno Hariatiningsih, L. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Santoso, S. (2020). ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP BERITA KASUS MEILIANA DI MEDIA ONLINE. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2).
- Sari, M. K. (2022). FENOMENA PAWANG HUJAN (ANALISIS RESEPSI MAHASISWA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG TERHADAP PAWANG HUJAN MANDALIKA DALAM VIDEO BERJUDUL “MENDEBAT SI PAWANG HUJAN” PADA PODCAST DEDDY CORBUZIER). *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5(2), 275–285. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4291>

- Singgih Miyata dan Eddy Madiono Sutanto, N., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS KRISTEN PETRA* (Vol. 7, Issue 2).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (20th ed.). ALFABETA.
- Sutriani, I., Gilang Pembayun, J., & Kurnianti, A. W. (2022). *Penerimaan Khalayak pada Kampanye #Stopbodyshaming (Analisis Resepsi Kampanye #Stopbodyshaming pada Followers Instagram @Cinderella)*.
- Syauki, W. R., Ayu, D., & Avina, A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2).
- Widyangari, E. N. (2021). ANALISIS RESEPSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA KAMPANYE NEW NORMAL. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(2), 73. <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i2.12112>
- Wifalin, M., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2016). *Efektivitas Instagram Common Grounds*.
- ZAP CLINIC. (2024). *ZAP BEAUTY INDEX 2024*.

