

Bara Aji Saputra
202210040311157
Ilmu Komunikasi

PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL MAKE

UP PRIA PADA AKUN TIKTOK @RYANFADH

(Studi Resepsi pada Anggota UKM Putra Putri Kampus Universitas

Muhammadiyah Malang periode 2024-2025)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Bara Aji Saputra
202210040311157

Dosen Pembimbing :

Isnani Dzuhrina, M.Adv

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

2026

Bara Aji Saputra
202210040311157
Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL *MAKE UP*
PRIA PADA AKUN TIKTOK @ RYANFADII
(Studi Resepsi Pada Anggota UKM Putra Putri Kampus Universitas
Muhammadiyah Malang Periode 2024-2025)

Diajukan Oleh :

BARA AJI SAPUTRA
202210040311157

Telah disetujui

Kamis 15 Januari 2026

Pembimbing I



Isnani Dzuhrifa, M.Adv

Wakil Dekan I



Alfa Nisallo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novid Farid Styvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Bara Aji Saputra
202210040311157

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS



Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi

Kamis, 25 Januari 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M.Si** ()
2. **Nasrullah, M.Si** ()
3. **Isnani Dzuhrina, M.Adv** ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Susilo, M.Si

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/XII/225/FISIP-UMM/

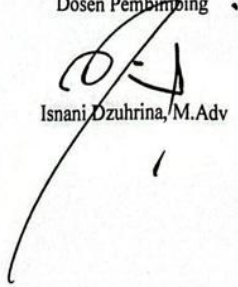
Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Bara Aji Saputra
No. Induk Mahasiswa : 202210040311157
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN
TUTORIAL MAKE UP PRIA PADA AKUN TIKTOK @Ryanfadh (Studi Resepsi pada Putra Putri
Kampus UMM)

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

Malang 22 Desember 2025

Dosen Pembimbing


Isnani Dzuhrina, M.Adv








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

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

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 KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN			
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Nomor : E.6.e/XII/2025/FISIP-UMM/			
 UMMPASTI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Bara Aji Saputra			
	NIM : 202210040311157			
	Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester Tujuh (7) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH			
	Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 22 Desember 2025			
	Ketua Program Studi			
				
	Novin Farid Styo Wibowo, M.Si			
 UN-QA STARS	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Raudung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Berdirangan Sutani No 158 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 142 (Hunting) F: +62 341 582 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Raudung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Berdirangan Sutani No 158 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 142 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Raudung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Berdirangan Sutani No 158 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 142 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id		

CS Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



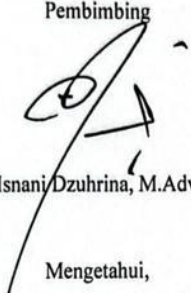
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Bara Aji Saputra
NIM : 202210040311157
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL MAKE
UP PRIA PADA AKUN TIKTOK @Ryanfadh (Studi Resepsi pada Putra Putri Kampus UMM)

Disetujui,
Pembimbing


Isnani/Dzuhrina, M.Adv

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bara Aji Saputra
NIM : 202210040311157
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 :

**PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL MAKE UP PRIA PADA
AKUN TIKTOK @Ryanfadh (Studi Resepsi pada Putra Putri Kampus UMM)**

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, 22 Desember 2025.

Yang Menyatakan,


10000
METERAI
TEMPEL
D71ANX168575247
Bara Aji Saputra



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Scanned with CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL: PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL
MAKE UP PRIA PADA AKUN TIKTOK @Ryanfadh (Studi Resepsi pada Putra Putri Kampus
UMM)

Oleh:

Nama : Bara Aji Saputra

NIM : 202210040311157

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 22 Desember 2025

Pembimbing I/Promotor

Isnani Dzuhrina, M.Adv

NIP.10306110439

(*) Coret yang tidak perlu



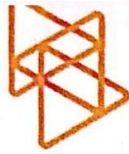
Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Rendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

cs Dipindai dengan CamScanner

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Bara Aji Saputra
NIM : 202210040311157

Hasil Plagiasi : 30/12

BAB I	5			
BAB II	5			
BAB III	15			

30/12

BAB IV	17			
BAB V	0			
BAB VI	11			

Malang, 30 Desember 2021
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

W. PASUKI

CS Dipindai dengan CamScanner



LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Bara Aji Saputra
2. NIM : 20221004031117
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PEMAKNAN KHALAYAK TERHADAP

KONTEN TUTORIAL *MAKE UP* PRIA PADA AKUN TIKTOK @Ryanfadh
(Studi Resepsi pada Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang)

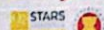
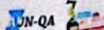
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
8 Maret 2025	Pengajuan fenomena/Topik Penelitian	
7 Juni 2025	Pengajuan BAB I-III	
11 September 2025	ACC BAB I-III	
18 September 2025	Seminar Proposal	
15 November 2025	Pengajuan BAB IV-V	
25 November 2025	ACC BAB IV-V	
4 Desember 2025	Seminar Hasil	

Malang, 22 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Isnani/Dzuhrina, M.Adv



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 459 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 4 Desember 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Bara Aji Saputra
2. NIM : 202210040311157
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL *MAKE UP* PRIA PADA AKUN TIKTOK @Ryanfadh (Studi Resepsi pada Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Dosen Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Dosen Penguji : Dr. Farid Rusman, M.Si

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

<https://telkonsel.zoom.us/j/94059172916?pwd=nMPFX7ZIr0zb7Jm9BAVULa2dLEqzc5.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 24 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Malang, 22 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Isnani Dzuhrina, M.Adv

Dr. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stya Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Parkland 1 Malang Jawa Timur
T. +62 341 511 233 (Pusat)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Darmasuman Setojo No.100 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 511 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

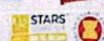


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	Nama	NIM	Keterangan
1	Hafizh Akbar Maulana	202210040311177	Ilmu Komunikasi
2	Rizma Verika Afiyanti	202210040311034	Ilmu Komunikasi
3	Febriani Aurny Ananda	202210040311152	Ilmu Komunikasi
4	Muhammad Ali Zaidan	202210040311065	Ilmu Komunikasi
5	Dio Rico Ifan Afandi	202210040311232	Ilmu Komunikasi
6	Ivon Rosyaridha Jatmike	202210040311416	Ilmu Komunikasi
7	Maulidatus Syarifah	202210040311395	Ilmu Komunikasi
8	Aulia Azmi Kusumadewi	202210040311138	Ilmu Komunikasi
9	Hany Saninda Zahiral Putri	202210040311429	Ilmu Komunikasi
10	Aliffia Antika	202210040311421	Ilmu Komunikasi
11	Adela Prima Hesti	202210040311154	Ilmu Komunikasi
12	Zalva Alivia	202210040311316	Ilmu Komunikasi
13	Dea Fadillah	202210040311139	Ilmu Komunikasi
14	Muhammad Ilyas	202210040311065	Ilmu Komunikasi
15	Wahyu Egi Pratama	202210040311464	Ilmu Komunikasi
16	Aurny Hityari	202210040311166	Ilmu Komunikasi
17	Muhammad Hisni	202210040311363	Ilmu Komunikasi
18	Yuhana Oktaviana	202210040311353	Ilmu Komunikasi
19	Yovi Febriansyah Putera	202210040311299	Ilmu Komunikasi
20	Gianti Cahya Silalahi	202210040311412	Ilmu Komunikasi
21	Zhaneba Nurin Eka Carita	202210040311497	Ilmu Komunikasi
22	Ahmad Yusuf Arifiyanto Aziz	202210040311266	Ilmu Komunikasi
23	Deswita Maharani	202210040311436	Ilmu Komunikasi
24	Sabrina Ramadhani Sabarudiin	202210040311401	Ilmu Komunikasi



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

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Bara Aji Saputra. NIM. 202210040311157. Pemaknaan Khalayak Terhadap Konten Tutorial *Make Up* Pria Pada Akun Tiktok @Ryanfadh (Studi Resepsi Pada Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang). Edisi 2025. Skripsi.

Adanya pergeseran nilai maskulinitas pada era modern mulai bergeser pula cara pria peduli terhadap penampilannya, salah satunya adalah pria menggunakan *make up*, pada era media komunikasi baru konten-konten seperti tutorial *make up* pria mulai bermunculan seperti pada akun tiktok @Ryanfadh, namun pro dan kontra berdatangan seiring dengan nilai perbedaan nilai maskulinitas yang dipahami dan dianut oleh masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada subjek dari Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang, yang terlibat dalam menggunakan *make up* baik bagi pria dan juga wanita untuk kebutuhan bertugas dan berpenampilan menarik sebagai duta kampus. Penelitian ini menggunakan teori resepsi oleh Stuart Hall yang dimana teori ini memandang khalayak sebagai pihak aktif dalam memaknai pesan, hal ini didasari oleh latar belakang dan pemahaman mereka yang berbeda-beda sehingga memunculkan pula penafsiran pesan yang berbeda antar individu, teori ini membagi pemaknaan audiens menjadi 3 kategori yakni hegemonic dominan, negosiasi dan oposisi.

Melalui metode wawancara mendalam dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa subjek memandang secara terbuka terkait dengan *make up* pria sebagai bentuk menghargai diri sendiri, nilai konten yang edukatif, dan informatif serta relevan dengan kebutuhan saat ini di era modern sehingga muncul posisi hegemonic dominan dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat subjek yang menerima pesan utama namun tetap membatasi dan melakukan penyaringan berdasarkan nilai maskulinitas tradisional, pengalaman, pengetahuan, serta nilai sosial dan budaya subjek, dalam penelitian ini posisi oposisi tidak ditemukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa khalayak bersifat aktif dalam memaknai pesan media, serta media sosial menjadi ruang negosiasi makna maskulinitas di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: *Make Up* pria, Analisis Resepsi, Tiktok, Maskulinitas, Ryan Fadli

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Isnani Dzuhrina, M.Adv

Malang, 22 Desember 2025

Peneliti



Bara Aji Saputra

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi tuhan yang maha esa, Allah SWT atas segala nikmat dan kemudahan yang diberikan dalam menyelesaikan masa studi penulis di Universitas Muhammadiyah Malang, sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW. Penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana ilmu sosial dan ilmu politik dengan judul PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONTEN TUTORIAL *MAKE UP* PRIA PADA AKUN TIKTOK @RYANFADH (Studi Resepsi Pada Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat untuk menyadari pentingnya adanya perubahan kebiasaan dalam masyarakat terkhususnya pada nilai-nilai maskulinitas baru sebagai bentuk pandangan masyarakat terhadap gaya hidup pria metroseksual, yang cenderung peduli terhadap penampilannya, ekspresi diri dalam menampilkan dirinya. Nilai maskulinitas tradisional yang mendominasi dalam masyarakat menjadi salah satu faktor dari adanya pro dan kontra dalam masyarakat terhadap pria yang peduli terhadap penampilannya terutama pada penggunaan *make up* pria pada akun Tiktok @Ryanfadh dengan menggunakan teori resepsi oleh Stuart Hall, sehingga penelitian ini dibuat dan kemudian digunakan dalam memperkaya studi literatur pemaknaan khalayak dan edukasi kepada *content creator* lainnya. Penelitian ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya doa dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah terlibat, antara lain:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku rector Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Fauzik Lendriyono, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Isnani Dzuhrina M.Adv selaku dosen pembimbing penulis yang telah sabar dan kebersamaan selama mengerjakan penelitian ini, serta memberikan motivasi dan semangat selama penulis menuntaskan tugas akhir untuk menuju gelar sarjana.

5. Bapak Dr. Farid Rusman, M.Si selaku dosen penguji seminar hasil dan selanjutnya menjadi dosen pembimbing selama penulis melaksanakan revisi, dan memberikan arahan.
6. Ibu dan Bapak penulis yang sejak awal memberikan semangat baik dari segi emosional, dan finansial sehingga peneliti tidak pernah merasa kurang dalam menjalankan perkuliahan, serta mengusahakan sebaik mungkin untuk mewujudkan segala cita-cita peneliti. Doa dan harapan yang selalu menjadi alasan peneliti tetap semangat dalam menyelesaikan masa studi
7. Kakak dan Adik peneliti yang juga telah berperan dalam memberikan semangat, waktu, finansial kepada peneliti selama masa studi.
8. Rekan-rekan seperjuangan peneliti Dio, Manzila, Harkita, Sabrina, Welly, Lily sampai detik terakhir peneliti menyelesaikan masa studi. Yang telah bersama-sama menyelesaikan penelitian, memberikan semangat, doa dan dukungan yang tidak pernah usai, serta tidak ada lelah nya dalam mengerjakan segala bentuk revisi bersama, dan yang terpenting tidak pernah meninggalkan dalam masa sulit.
9. Rekan-rekan Prindapan, Dio, Fauzi, Nesya, Antik, dan Aurny yang bertemu pertama kalinya ketika menjadi fungsionaris Himakom UMM, dan sampai sekarang menjadi sahabat baik dalam banyak hal.
10. Teman-teman peneliti mulai maba, Anggita, Adel, Dea, Azmi, Rinda, Hanif yang pernah dan masih menjadi sahabat baik peneliti hingga sekarang.
11. Rekan-rekan Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang yang berkenan menjadi subjek penelitian ini, keluarga hangat, dan kebahagiaan yang selalu diberikan kepada peneliti, berjuang bersama dengan peneliti dalam menuntaskan tugas dan tanggung jawab yang diemban.
12. Dan yang terakhir kepada diri saya pribadi yang tidak pernah lelah, iri, dengki, serta selalu memenuhi janji pada diri sendiri untuk menyelesaikan masa studi hanya dalam kurun waktu kurang dari 3 tahun 6 bulan.

DAFTAR ISI

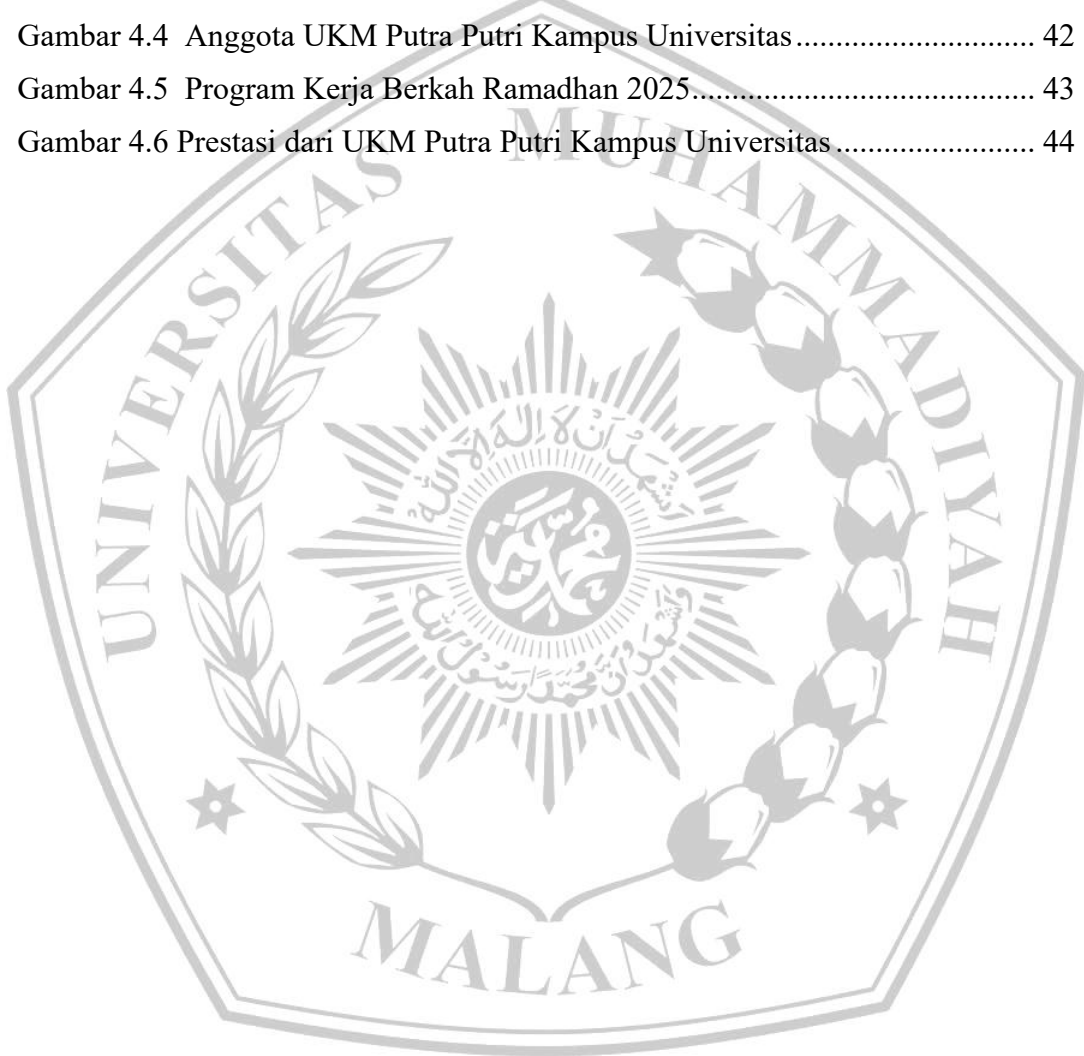
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iii
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN	x
LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Pemberdayaan Audiens	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tiktok Sebagai Media Komunikasi Baru	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.2 Media Komunikasi Lama dan Media Komunikasi Baru	12
2.1.3 Macam-Macam Media Komunikasi	13
2.1.4 Ciri-Ciri Tiktok	16
2.2 Tiktok Sebagai Industri Informasi dan Hiburan	17
2.2.1 Industri	17
2.2.2 Ciri-Ciri Industri	18
2.2.3 Proses Produksi dan Pemasaran Tiktok	19

2.3 Konstruksi Maskulinitas dan Budaya Konsumen	21
2.3.1 Maskulinitas	21
2.3.2 Proses Maskulinitas disusun Dalam Masyarakat	22
2.3.3 <i>Make up</i> Pria Sebagai Bentuk Maskulinitas Baru	24
2.4 Macam-Macam Asumsi Audiens	25
2.5. Teori Studi Resepsi (<i>Reception Theory</i>) Stuart Hall	28
2.6 Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Tipe Penelitian	33
3.4 Ruang Lingkup Objek Penelitian	34
3.5 Sumber Data	34
3.6 Subjek Penelitian	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1 Wawancara Mendalam	35
3.7.2 Dokumentasi	36
3.8 Teknik Analisis Data	36
3.9 Uji Keabsahan Data	39
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	40
4.1 Profil Akun Tiktok @Ryanfadh	38
4.2 Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Subjek Penelitian	47
5.2 Hasil Penelitian	51
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian	77
5.3.1 Diskusi Teori Resepsi oleh Stuart Hall	86
BAB VI PENUTUP	91
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran	89
6.2.1 Saran Akademis	89
6.2.2 Saran Pemberdayaan Audiens	89
DAFTAR PUSTAKA	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Umur pengguna Tiktok di Indonesia	3
Gambar 1.2 Konten tutorial <i>Make Up</i>	5
Gambar 1.3 Komentar-komentar pada akun @RyanFadh.....	6
Gambar 4.1 Akun Tiktok @Ryanfadh.....	38
Gambar 4.2 <i>Engagement rate</i> akun Tiktok @Ryanfadh.....	39
Gambar 4.3 Konten-konten pada akun Tiktok @Ryanfadh.....	39
Gambar 4.4 Anggota UKM Putra Putri Kampus Universitas.....	42
Gambar 4.5 Program Kerja Berkah Ramadhan 2025.....	43
Gambar 4.6 Prestasi dari UKM Putra Putri Kampus Universitas.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengelompokan Media Komunikasi Baru	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4.1 Struktur Kepengurusan Terbaru UKM Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2025/2026.....	41
Tabel 5.1: Data Subjek Penelitian.....	49
Tabel 5.2 Posisi subjek	75



DAFTAR PUSTAKA

- Ames, H., Glenton, C., & Lewin, S. (2019). *Purposive sampling in a qualitative evidence synthesis: a worked example from a synthesis on parental perceptions of vaccination communication*. 4, 1–9.
- Annisa, R. N., Dewi, D. A., & Nurhayati, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pembelajaran. *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 346–352.
<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah/article/view/923>
- Axanta, V. (2020). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Green Book). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 226.
<https://doi.org/10.35308/source.v6i2.2385>
- Badriyah Siti. (2022). *Pengertian Surat Kabar: Bentuk, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Contoh* Diakses pada tanggal 10 Desember 2025 melalui <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-surat-kabar/>
- Batres, C., & Robinson, H. (2022). Makeup increases attractiveness in male faces. *PLoS ONE*, 17(11 November), 10–14.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275662>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1–18.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>
- Fahrimal, Y., & Husna, A. (2020). Rekonstruksi Maskulinitas dalam Kerangka Kapitalisme. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 08(01), 20–32.
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/download/971/790>
- Falha Kaysa, & Puji Rianto. (2024). Dari Khalayak pengguna ke Interaksi: Strategi

- Content Creator Kuliner di Yogyakarta dalam Membangun Engagement. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 4(1), 41–56.
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol4.iss1.art4>
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children.” *ProTVF*, 2(1), 19.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Fikri, M. H., Murhayati, S., & Darmawan, R. (2025). *Kebebasan Data dalam Penelitian Kualitatif*. 9, 13057–13065.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gunawan Hendry. (2020). Pemahaman Industri Media Digital di Indonesia. Diakses pada tanggal 11 Desember 2025. Melalui <https://www.slideshare.net/slideshow/pengertian-industri-media-digital-di-indonesia/272600919>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisoni, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32.
<https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Hall, S. (2005). Encoding/decoding. In S. During (Ed.), *The Cultural Studies Reader* (pp. 128-138). Routledge.
- Herlina, S.ST., M.Kes, Dr. Rino Febrianno Boer, Nova Saha Fasadena, M.Sos, Adrian Kede, S.I.Kom., M.I.Kom, Muhammad Al-Muizul Kahfi, S.Sos., M.Ag, Dr Leila Mona Ganiem, M.Si, Synthia Sumartini Putri S.I.Kom., M.M, Nelson Hasibuan, s.Pd.K., M.Th, Nur Subch, M. I. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 5–6.
- Ilmiah, J., Hindu, K., & Cetak, I. (2022). *SADHARANANIKARANA : Volume 4 Nomor 1 Tahun 2022 SADHARANANIKARANA : Volume 4 Nomor 1 Tahun 2022*. 4, 623–632.
- Katadata. (2023). Kelompok Anak Muda Jadi Penggua Terbesar Tiktok, Usia Berapa Mereka?. Diakses pada tanggal 23 Juni 2025 melalui

<https://databoks.katadata.co.id/pengguna/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>

Komisi Penyiaran Indonesia (2018). *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Diakses pada tanggal 10 Desember 2025 melalui <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). Focus Group Interviewing. *Handbook of Practical Program Evaluation: Fourth Edition, September*, 506–534. <https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch20>

Kumparan.com. (2023) Pengertian Editing Video, Tujuan, dan Cara Melakukannya. Diakses pada tanggal 12 Desember 2025 melalui <https://kumparan.com/seputar-hobi/pengertian-editing-video-tujuan-dan-cara-melakukannya-211e9Qztkk/1>

Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video Youtube Ningsih Tinampi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210–225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2111>

Machmud, M., (2024). Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan PrinsipPrinsip Penelitian Ilmiah.

Mufidah, M. K. (2023). Peran Content Creator Media Sosial dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi di Era Endemi Covid-19. *Jurnal Dinamika*, 4(1), 33–52. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v4i1.33-52>

Mulia Karunia Vanya. (2023). *Televisi: Pengertian dan Fungsinya*. Diakses pada tanggal 10 Desember 2025 melalui <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/17/100000269/televisi--pengertian-dan-fungsinya>

Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.

Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661.

<https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>

Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661.

<https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>

Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661.

<https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>

Permadi, W., & Kusuma, A. (2024). Maskulinitas pada Iklan Kosmetik “Dear Me Beauty.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2200–2207.

<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3505>

Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru.” *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.18196/ja.1101>

Prasetyo, A. B. (2022). Gambaran Maskulinitas dalam Iklan Kopi Caffino di Instagram. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 50–62. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5530>

Raemon, L., & Wildayanti, R. (2022). Gaya Hidup Pria Metroseksual. *Jurnal KABANTI*, 6(1), 164–175.

<http://journal.fib.uho.ac.id/index.php/kabanti%7C164>

Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika*, 10(02), 425–436.

<https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1406>

Riskiy, S. R., & Hapsari, R. (2022). Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria. *BroadComm*, 4(1), 45–56.

Rukminingsih, R., Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *Metode penelitian pendidikan: Penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif, penelitian tindakan*

- kelas*. Yogyakarta: Erhaka Utama. ISBN 978-602-5715-34-1
- Sahidan, A. P. (2023). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Nilai Maskulinitas Baru dalam Iklan Kosmetik Khusus Pria. *Commercium*, 6(3), 83–91. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/52447/42396>
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2),
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. IV, 274–282.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrita, O., & Ardoni, A. (2019). Proses Pembuatan Direktori Berbentuk Video Wisata Alam Sumatera Barat. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 8(1), 326. <https://doi.org/10.24036/107321-0934>
- Tetha, M. A. R. E., Hidayah, N., & Supiani, T. (2024). Pengembangan Video Tutorial “Fresh Make Up Look” Pengantin Pria Pada Mata Kuliah Tata Rias Pengantin Internasional. *Jurnal Multidisiplin*, 2(3), 252–260.
- Uno, H. B. (2020). Prosiding Webinar Magister Pendidikan Dasar Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo “ Pengembangan Profesionalisme Guru Melalui Penulisan Karya Ilmiah Menuju Anak Merdeka Belajar. *Pardigma Penelitian*, 85–94.
- Wreta Adelaide. (2022). Pengertian dan ciri-ciri perindustrian di Indonesia. Diakses pada 11 Desember 2025. Melalui <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6324839/pengertian-dan-ciri-ciri-perindustrian-di-indonesia>
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafa`ah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205. <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.294>
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafa`ah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205. <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.294>
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafa`ah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205. <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.294>

Bara Aji Saputra
202210040311157
Ilmu Komunikasi

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.
<https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.
<https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>



LAMPIRAN

1. Draft Pertanyaan

1	Identitas Informan	1. Nama lengkap: 2. Usia: 3. Fakultas: 4. Program studi: 5. Asal: 6. Agama: 7. Pengeluaran: 8. Kegiatan sehari-hari: 9. Hobi: 10. Organisasi yang pernah diikuti: 11. Organisasi yang diikuti saat ini: 12. Latar Belakang Keluarga: 13. Lingkungan sosial tempat tinggal asal: 14. Riwayat pendidikan: 15. Latar Belakang dll (kegiatan, latar belakang, pernah ikut organisasi yg sama atau beda). Frame of reference, sesuatu yg menjadi referensi atau pengetahuan yg kita dapatkan dari mana saja. Latar belakang keluarga, lingkungan
2	Pemahaman terhadap media dan akun tiktok @RyanFadh	1. Sejak kapan anda mengikuti akun tiktok @RyanFadh? 2. Konten apa yang anda suka dari akun tiktok @Ryanfadh? 3. Apa kesan anda terhadap cara penyampaian konten oleh @RyanFadh? 4. Menurut anda, mengapa konten seperti ini bisa populer di tiktok?
3	Makeup pria dan representasi maskulinitas baru	1. Apa pendapat Anda tentang pria yang menggunakan <i>makeup</i> ? 2. Apakah menurut Anda penggunaan <i>makeup</i> oleh pria mencerminkan perubahan gaya hidup modern? 3. Menurut Anda, apakah pria yang menggunakan riasan masih bisa dianggap maskulin? Mengapa?

		4. Bagaimana Anda melihat fenomena pria yang peduli terhadap penampilannya di masyarakat saat ini?
4	Encoding	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Anda, pesan utama apa yang ingin disampaikan oleh @RyanFadh melalui kontennya? 2. Bagaimana cara @RyanFadh menampilkan dirinya dalam konten (misalnya gaya bicara, visual, nada)? 3. Apakah Anda melihat konten tersebut lebih bersifat edukatif, hiburan, atau promosi produk? Mengapa?
5	Decoding	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana perasaan Anda setelah menonton konten tutorial <i>makeup</i> pria oleh @RyanFadh? 2. Apakah konten tersebut mempengaruhi pandangan Anda tentang <i>makeup</i> pria? 3. Seberapa jauh nilai-nilai budaya dan agama mempengaruhi cara anda memaknai konten ini? 4. Seberapa jauh pengalaman anda di UKM Putra Putri Kampus UMM menggunakan <i>makeup</i> mempengaruhi cara anda memaknai konten ini? 5. Apakah anda merasa konten tersebut membantu mengubah pandangan masyarakat tentang maskulinitas?
6	Konteks sosial dan budaya dalam pemaknaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Anda, bagaimana masyarakat Indonesia secara umum memandang pria yang menggunakan riasan? 2. Apakah menurut anda generasi muda (Gen Z) lebih terbuka terhadap fenomena seperti ini? 3. Bagaimana lingkungan kampus, teman, atau keluarga anda memandang fenomena pria ber <i>makeup</i>?

7	Refleksi dan dampak media	<ol style="list-style-type: none">1. Setelah mengikuti atau menonton konten seperti ini, apakah anda jadi lebih memahami dunia <i>makeup</i> pria?2. Apakah Anda merasa ada manfaat tertentu dari konten seperti ini bagi khalayak umum?3. Menurut Anda, apa pengaruh konten ini terhadap citra pria dan perempuan di media sosial?
---	----------------------------------	---

2. Dokumentasi Wawancara Mendalam

Nama : Naura Nadifa Mustafa
Usia : 21 Tahun
Asal : Kota Malang
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Bara Aji Saputra
202210040311157
Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Bisyrul Hafi
Usia : 22 Tahun
Asal : Kalimantan Selatan
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris



Nama : Muhammad Azmi Fathani
Usia : 21 Tahun
Asal : Kalimantan Selatan
Program Studi : Informatika



Bara Aji Saputra
202210040311157
Ilmu Komunikasi

Nama : Nadzrul Khair
Usia : 22 Tahun
Asal : Kalimantan Selatan
Program Studi : Informatika

