

**RESEPSI PENATA RIAS MENGENAI KECANTIKAN DALAM  
BEAUTY VLOG TASYA FARASYA DI YOUTUBE**

Oleh:

**Nama: Multazam**

**NIM: 63160418**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA**

**FEBRUARI 2021**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## PENGESAHAN

# RESEPSI PENATA RIAS MENGENAI KECANTIKAN DALAM BEAUTY VLOG TASYA FARASYA DI YOUTUBE

Diajukan Oleh

Nama : Multazam

NIM : 63160418

Jakarta, 8 Februari 2021

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



(Altobeli Lobodally, S.Sos, M.IKom.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2021



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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Multazam / 63160418 / 2020 / Resepsi Penata Rias Mengenai Kecantikan dalam Beauty Vlog Tasya Farasya di Youtube / Dosen Pembimbing: Altobeli Lobodally, S.Sos, M.IKom.

Tasya Farasya merupakan *Beauty Vlogger* serta *Influencer* di Indonesia. Youtube Tasya Farasya membahas seputar kecantikan sesuai dengan *passion* yang dimilikinya. Mulai dari *tutorial make up*, kolaborasi dengan make up artist (*MUA*) Indonesia, *review* produk kecantikan, *vlog*, hingga *challenge* atau tantangan yang bertemakan tentang kecantikan. Peneliti mengambil konten video berjudul “Rahasia Makeup MUA Hitis!”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui resepsi dari penata rias dalam memaknai suatu pesan di *channel* Youtube Tasya Farasya.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah penata rias yang menonton *channel* Youtube Tasya Farasya. Teknik pengumpulan data dengan melakukan data primer, data sekunder dan wawancara mendalam. Metode penelitian ini adalah Analisis Resepsi memiliki tiga kategori yaitu, *Hegemoni-Dominan*, *Negosiasi*, dan *Oposisi*. Serta teknik keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data. Paradigma yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Paradigma Interpretif.

Tahapan penyelesaian penelitian ini memiliki alur pemikiran dengan teori *Encoding-Decoding* yang menggunakan *channel* Youtube Tasya Farasya sebagai objek penelitian, dimana khalayak menerima pesan dalam menonton konten Youtube Tasya Farasya “Rahasia Makeup MUA Hits!”.

Informan dalam penelitian ini adalah lima orang penata rias. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, peneliti menemukan bahwa dua informan masuk kategori *Hegemoni-Dominan* karena informan mendapatkan informasi seputar *makeup* dan juga pembelajaran tentang bagaimana cara teknik *makeup* yang baik. Dan tiga informan masuk kategori posisi *Negosiasi* karena menurut informan setiap make up artist (*MUA*) memiliki teknik dan karakter *makeup* berbeda-beda.

Untuk kategori *Oposisi* peneliti tidak menemukan adanya informan yang menolak makna pesan yang disampaikan oleh *channel* Youtube Tasya Farasya. Masing-masing informan melakukan resepsi berdasarkan tingkat pengetahuan dan pengalamannya sebagai seorang penata rias. Lamanya pengalaman sebagai seorang penata rias membuat penata rias tidak begitu saja menerima konten vlog dari Tasya Farasya.

**Kata Kunci:** Resepsi Khalayak, Youtube, *Encoding-Decoding*, Kecantikan



## ABSTRACT

**Multazam / 63160418 / 2020 / Makeup Artist's Reception Regarding Beauty in Tasya Farasya's Beauty Vlog on Youtube / Dosen Pembimbing: Altobeli Lobodally, S.Sos, M.IKom.**

*Tasya Farasya is a Beauty Vlogger and Influencer in Indonesia. Youtube Tasya Farasya discusses beauty according to her passion. Starting from make-up tutorials, collaborations with Indonesian make up artists (MUA), beauty product reviews, vlogs, to challenges or challenges with the theme of beauty. Researchers took a video content entitled "MUA Hitis Makeup Secret!". The purpose of this study was to find out the reception of the make-up artist interpreted a message on the Tasya Farasya Youtube channel.*

*In this study using a qualitative approach. The subject of this research is the makeup artist who watches the Tasya Farasya Youtube channel. Data collection techniques by conducting primary data, secondary data and in-depth interviews. The method of this research is Reception Analysis which has three categories, namely, Hegemony-Dominance, Negotiation, and Opposition. As well as data validity techniques using data source triangulation techniques. The paradigm used in this research is the Interpretive Paradigm.*

*The completion stage of this research has a line of thought with the Encoding-Decoding theory which uses the Tasya Farasya Youtube channel as the object of research, where the audience receives messages while watching Tasya Farasya's Youtube content "Secret Makeup MUA Hits!".*

*The informants in this study were five makeup artists. Based on the results of in-depth interviews, the researcher found that two informants were in the Hegemony-Dominant category because the informants received information about makeup and also learned about how to use good makeup techniques. And three informants were in the Negotiation position because according to the informant, each make-up artist (MUA) has different makeup techniques and characters.*

*For the Opposition category, the researcher did not find any informants who rejected the meaning of the message conveyed by the Tasya Farasya Youtube channel. Each informant conducted a reception based on their level of knowledge and experience as a makeup artist. The long experience as a makeup artist has made the makeup artist not just accept vlog content from Tasya Farasya.*

**Keywords:** Audience Reception, Youtube, Encoding-Decoding, Beauty



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 dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## KATA PENGANTAR

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak kesulitan dan kendala, namun berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak, semua masalah yang dihadapi dapat terselesaikan dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penulis sanagat menyadari bahwa banyak pihak yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat baik dalam bentuk doa, moril, dan material dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Bonardo Marulitua A., S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Bapak Altobeli Lobodally, S.Sos, M.I.Kom. Selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan kesempatan pada peneliti untuk melakukan penulisan skripsi ini dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, kritik, arahan, serta waktunya selama saya menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan masukan yang sangat berguna pada saat peneliti menjalani proses belajar di kampus.

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Kerabat penulis yang ada di dalam kampus (Teresa Clara, Sharon Andriani, Ema Apriliani, Kezia Christianity, Michael Christian, Alexander Januero Karlindo, Kenji Darmawan) serta kerabat di luar kampus (Septi, Mega, Dewi, Ely, Mustika, Ellen, Nabila, Kristy, Ahmad Zaenuri, Iryantoro, Riska) dan pacar saya Muhammad Afi Al-Hanif yang selama ini memberikan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah penulis serta bantuan dan motivasi selama penulis membuat skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun apabila masih terdapat penulisan yang kurang baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Penulis,

Multazam

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Penelitian.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Akademis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Landasan Teoritis.....	11
1. Teori Encoding-Decoding.....	11
2. Resepsi Khalayak Aktif.....	14
3. Media Baru.....	18
4. <i>Beauty Vlogger</i> .....	22
5. Kecantikan.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>39</b>
A. Subjek Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	41
C. Jenis Data.....	43
1. Data Primer.....	43
2. Data Sekunder.....	43



Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi buku ini tanpa izin IBKKG. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Penarang 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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

	Gambar 1.1 Jumlah <i>Subscrber</i> Beserta Penghasilan <i>Beauty Vlogger</i> Tasya Farasya.....	4
	Gambar 1.2 Jumlah <i>Subscriber</i> Beserta Penghasilan <i>Beauty Vlogger</i> Rachel Goddard.....	5
	Gambar 1.3 Jumlah <i>Subscriber</i> Beserta Penghasilan <i>Beauty Vlogger</i> Alifah Ratu.....	6
	Tabel 2.1 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua.....	21
	Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
	Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
	Tabel 3.1 Proses Penelitian.....	41
	Gambar 4.1 Tasya Farasya.....	48
	Gambar 4.1 Teknik <i>Makeup</i> Khadijah Azzahra dalam <i>channel</i> Youtube Tasya.....	61
	Tabel 4.1 Posisi Informan.....	66

C Hakipta milik BI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

- Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Lampiran 1 : Transkrip Wawancara Informan
- Lampiran 2 : Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.