ANALISIS RESEPSI AUDIENS PADA PEREMPUAN IDEAL DALAM KONTEN IKLAN MINUMAN FIBER (STUDI ANALISIS KOMENTAR INSTAGRAM PADA IKLAN FEMMY FIBER DITA KARANG DAN DITA KERANG)

SKRIPSI

Oleh:
Anindya Fika Alzira
202010415052

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

ANALISIS RESEPSI AUDIENS PADA PEREMPUAN IDEAL DALAM KONTEN IKLAN MINUMAN FIBER (STUDI ANALISIS KOMENTAR INSTAGRAM PADA IKLAN FEMMY FIBER DITA KARANG DAN DITA KERANG)

SKRIPSI

Oleh:
Anindya Fika Alzira
202010415052

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Resepsi Audiens Pada Perempuan Ideal Dalam Konten Iklan Minuman Fiber (Studi Analisis Komentar Instagram Pada Iklan Femmy Fiber Dita Karang Dan Dita Kerang
Nama Mahasiswa	: Anindya Fika Alzira
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415052
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 6 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Azhar Irfansyah, S.IP., M.A

NIP 0308108905

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Analisis Resepsi Audiens Pada Perempuan Ideal Dalam Konten Iklan Minuman Fiber (Studi Analisis Komentar Instagram Pada Iklan Femmy Fiber Dita Karang Dan Dita Kerang
Nama Mahasiswa	: Anindya Fika Alzira
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415052
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 6 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si .....
NIDN. 0311046803

Penguji : Azhar Irfansyah, S.IP, M.A .....
NIDN. 0308108905

Sekretaris Penguji : Fina Zahra, S.Sn., M.A .....
NIDN. 0309059203

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **"Analisis Resepsi Audiens Pada Perempuan Ideal Dalam Konten Iklan Minum Fiber (Studi Analisis Komentar Instagram Pada Iklan Femmy Fiber Dita Karang dan Dita Kerang)"** ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutip sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025



Anindya Fika Alzira

202010415052

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi audiens terhadap representasi perempuan ideal dalam konten iklan minuman fiber, dengan fokus pada komentar audiens di Instagram pada iklan Femmy Fiber yang melibatkan Dita Karang sebagai brand ambassador. Iklan ini menampilkan citra perempuan modern yang aktif, peduli dengan kesehatan, dan percaya diri, yang dikonstruksi melalui aspek fisik seperti tubuh proporsional, kulit sehat, dan penampilan segar serta aspek non-fisik seperti kemandirian dan kesadaran akan pentingnya kesehatan dari dalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi, dengan teknik pengumpulan data berupa analisis komentar pada unggahan Instagram terkait iklan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun iklan ini mendapat respons positif atas citra perempuan yang ditampilkan, terdapat pula kritik dari audiens yang merasa representasi tersebut terlalu berfokus pada aspek fisik dan terasa kurang realistis. Beberapa komentar menyoroti bahwa iklan lebih menekankan tampilan luar dibandingkan pesan mendalam mengenai kesehatan holistik. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi perempuan ideal dalam iklan masih mengikuti pola standar kecantikan yang umum dalam industri periklanan, sehingga kurang memberikan kesan yang benar-benar unik atau berbeda dari iklan kecantikan lainnya. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana media sosial mengenai resepsi audiens terhadap standar kecantikan dan identitas perempuan dalam iklan, serta bagaimana hal tersebut berdampak pada pola pikir konsumen dalam memilih produk.

Kata kunci: Resepsi Audiens, Perempuan Ideal, Instagram, Iklan Minuman Fiber

ABSTRACT

This study aims to analyze audience reception of the representation of ideal women in fiber drink advertising content, focusing on audience comments on Instagram on the Femmy Fiber advertisement involving Dita Karang as a brand ambassador. This advertisement displays the image of a modern woman who is active, cares about health, and is confident, which is constructed through physical aspects—such as a proportional body, healthy skin, and a fresh appearance—as well as non-physical aspects—such as independence and awareness of the importance of health from within. This study uses a reception analysis approach, with data collection techniques in the form of analyzing comments on Instagram posts related to the advertisement. The results of the study show that although this advertisement received a positive response to the image of women displayed, there was also criticism from the audience who felt that the representation focused too much on physical aspects and felt less realistic. Several comments highlighted that the advertisement emphasized external appearance rather than deep messages about holistic health. This shows that the construction of ideal women in advertisements still follows the pattern of beauty standards that are common in the advertising industry, so that it does not give a truly unique or different impression from other beauty advertisements. This study provides insight into how social media about audience reception of beauty standards and women's identities in advertisements, and how this impacts consumers' mindsets in choosing products.

Keywords: Audience Reception, Ideal Woman, Instagram, Fiber Drink Advertisement

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadirat Allah S.W.T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunian-nya Kepada Kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "ANALISIS RESEPSI AUDIENS PADA PEREMPUAN IDEAL DALAM KONTEN IKLAN MINUMAN FIBER (STUDI ANALISIS KOMENTAR INSTAGRAM PADA IKLAN FEMMY FIBER DITA KARANG DAN DITA KERANG)". Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Stara-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentunya Skripsi ini dapat dibuat dengan bantuan doa dan dukungan orang tua tercinta, yaitu Ibu Asmawati dan Bapak Wahyudi.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari tidak akan selesai skripsi ini tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti terimakasih sebesar-besarnya kepada.

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa), selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Muhamad Husni Mubarok, S.pd., M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP, M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Segenap para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ibu Asmawati dan Bapak

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Wahyudi, terima kasih atas dukungan, cinta, motivasi, pengorbanan, serta doa yang di berikan kepada penulis.

8. Teman terdekat saya, Vinca, Tintin, Amel, terima kasih telah membersamai, membantu, memberikan pengalaman, serta support kepada penulis semasa kuliah hingga mengerjakan skripsi sampai terselesaikan.
9. Teman terdekat saya, Alifah dan Vinca, terima kasih telah membersamai, memberikan support baik tenaga, waktu, dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
10. Teman masa seperjuangan masa SMA, Rahma, Ainun, Alya, terima kasih untuk support yang di berikan hingga masa kuliah selesai.
11. Teman seperjuangan Helena, Tyas, Hesti, Alisya, Erin, Mita, Vera terima kasih sudah ingin kenal dan sepaham dengan penulis.
12. Andhika Bima terima kasih untuk dukungan baik dan segala bentuk bantuan yang diberikan untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari semua pihak yang telah disebutkan diatas, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat berkembang lebih lanjut dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 17 Februari 2025



Anindya Fika Alzira

202010415052

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERNYATAAN iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Fokus Penelitian 9

1.3 Pertanyaan Penelitian 9

1.4 Tujuan Penelitian 9

1.5 Kegunaan Penelitian 9

1.5.1 Kegunaan Teoritis 9

1.5.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Kajian Literatur 11

2.1.1 Penelitian Terdahulu 11

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2 Kerangka Konsep 16
2.2.1 Periklanan 16
2.2.2 Teori Resepsi 18
2.2.3 Perempuan Ideal 19
2.2.4 Media Sosial dan Keterlibatan Audiens 24
2.2.5 Komentar 25
2.2.6 Konten Iklan 26
2.3 Kerangka Pemikiran 30
BAB III METODE PENELITIAN 32
3.1 Pendekatan Penelitian 32
3.2 Metode Penelitian 32
3.3 Informan Penelitian 33
3.4 Teknik Pengumpulan Data 33
3.5 Teknik Analisis Data 34
3.6 Triangulasi Data 36
3.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian 36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Gambaran Umum Penelitian 38
4.1.1 Akun Instagram femmy.daily 38
4.1.2 Iklan Femmy Fiber Dita Karang Dan Dita Kerang 40
4.2 Profil Informan 41
4.3 Hasil Penelitian 45
4.3.1 Hasil Observasi 45
4.3.2 Resepsi Audiens Pada Perempuan Ideal 48
4.3.3 Analisis Resepsi Audiens Melalui Komentar Instagram 51

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.4 Pembahasan 60
4.4.1 Resepsi Audiens Pada Perempuan Ideal 60
4.4.2 Analisis Resepsi Audiens Melalui Komentar Instagram 62
BAB V PENUTUP 64
5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran 65
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Femmy Daily 5
Gambar 1. 2 Iklan Femmy Fyber 6
Gambar 1. 3 Komen Instagram 7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 31
Gambar 4. 1 Akun Instagram femmy.daily 39
Gambar 4. 2 Komentar positif pada akun Femmy Fiber 51
Gambar 4. 3 Komentar positif pada akun Femmy Fiber 53
Gambar 4. 4 Komentar negatif pada akun Femmy Fiber 54
Gambar 4. 5 Komentar netral pada akun Femmy Fiber 55
Gambar 4. 6 Komentar negatif pada akun Femmy Fiber 57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN 2 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 3 : Tabel Reduksi Data Wawancara

LAMPIRAN 4 : Dokumentasi

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan Proposal Skripsi dan Skripsi

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

Analisis Resepsi.., Anindya Fika Alzira, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....11
Tabel 3. 1 Timeline Penelitian..... 37