ANALISIS KOMUNIKASI DIGITAL TATA RIAS PADA PENGGUNA AKUN INSTAGRAM @YANNIEMAKEUP_OFFICIAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF)

SKRIPSI

Oleh
Sri Mulyanih
201810415157

PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024

ANALISIS KOMUNIKASI DIGITAL TATA RIAS PADA PENGGUNA AKUN INSTAGRAM @YANNIEMAKEUP_OFFICIAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF)

SKRIPSI

Oleh

Sri Mulyanih

201810415157

PROGRAM ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Analisis Komunikasi Digital Tata Rias Pada Pengguna Akun Instagram @Yannie makeup_official (Studi Deskriptif Kualitatif)
Nama Mahasiswa	:	Sri Mulyanih
Nomor Pokok Mahasiswa	:	201810415157
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	10 Desember 2024

Jakarta, 26 Desember 2024

MENYETUJUI

Pembimbing

Dr. Dwinarko, M.M., M.H
NIDN. 0312026604

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi		**: Analisis Komunikasi Digital Tata Rias Pada Pengguna Akun Instagram @yannie makeup_official (Studi Deskriptif Kualitatif)**
Nama Mahasiswa		**: Sri Mulyanih**
Nomor Pokok Mahasiswa		**: 201810415157**
Program Studi/Fakultas		**: Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi**
Tanggal Lulus Sidang Skripsi		**: 10 Desember 2024**

Jakarta, 26 Desember 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	:	Dr. Dina Kristina, M.Si NIDN. 0313088106	.....
Penguji	:	Dr. Dwinarko, M.M., M.H NIDN. 0312026604	.....
Sekretaris Penguji	:	Pagi Muhamad. S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0310038403	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	**Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom**
NIP. 2203551	**NIP. 1504222**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Komunikasi Digital Tata. Rias Pengguna Akun Instagram @Yanniemakeup_official (Studi Deskriptif Kualitatif). Skripsi ini adalah hasil karya saya dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan untuk referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila ditemukan adanya kecurangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan 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 melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Sri Mulyanih

201810415157

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Sri Mulyanih, 201810415157, Komunikasi Digital Tata Rias Melalui Pengguna Akun Instagram @yanniemakeup_official Studi Deskriptif Kualitatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi digital yang dilakukan oleh pengguna akun Instagram @yanniemakeup_official dalam mempromosikan jasa makeup. Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu platform utama bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pollowers, Instagram, dengan fokus penelitian untuk mengetahui proses jasa tata rias make up melalui pengguna akun instagram @yanniemakeup_official Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan dokumentasi melalui media sosial instagram untuk mengeksplorasi konten, interaksi dengan pengikut, serta penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Stori, Reels, dan. feeds Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @yanniemakeup_official memanfaatkan konten vidio dan poto yang menarik, komentar pollowers, tutorial, serta testimoni pelanggan sebagai bagian dari komunikasi pemasaran mereka. Selain itu, interaksi langsung dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung memperkuat keterlibatan konsumen dan membangun kualitas jasa make up.

Kata Kunci: komunikasi digital, Instagram, media sosial, @yanniemakeup_official, promosi jasa, tata rias.

ABSTRACT

Sri Mulyanih, 201810415157, Digital Communication of Makeup via Instagram Account Users @yanniemakeup_official Qualitative Descriptive Study.

This research aims to analyze digital communication carried out by users of the Instagram account @yanniemakeup_official in promoting makeup services. In the digital era, social media has become one of the main platforms for businesses to interact with pollowers, Instagram, with a research focus on understanding the make-up service process through the Instagram account user @yanniemakeup_official. This research uses qualitative methods with observation and documentation via social media Instagram to explore content, interact with followers, and use Instagram features such as Stories, Reels, and. feeds The results of this research show that the @yanniemakeup_official account utilizes interesting video and photo content, pollowers' comments, tutorials, and customer testimonials as part of their marketing communications. In addition, direct interaction with followers through comments and direct messages strengthens consumer engagement and builds the quality of make-up services.

Keywords: digital communication, Instagram, social media, @yanniemakeup_official, service promotion, make-up.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Berkat perjuangan yang tak kenal menyerah serta diiringi dengan doa maka Skripsi dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan.

Penulisan Skripsi ini menjadi salah satu tugas akhir dan menjadi syarat wajib untuk mendapatkan nilai di mata kuliah Skripsi program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universtas Bhayangkara Jakarta Raya Skripsi ini merupakan sebagian dari penelitian yang sudah peneliti buat dengan mengaplikasikan teori yang telah didapatkan dikelas, Skripsi yang peneliti buat ini berjudul *"Analisis Komunikasi Digital Tata Rias Pada Pengguna Akun Instagram Yanniemakeup_Official Studi Deskriptif Kualitatif"*.

Dalam mengerjakan penelitian hingga penyusunan Skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa serta orang tua tercinta yang selalu membimbing, memberikan semangat serta mencurahkan kasih sayang, nasihat, serta doa setiap harinya dan juga kepada orang-orang yang sudah memberikan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada.

1. Bapak Irjen Pol (Purm) Dr, Drs. H. Bambang Karsono, S,H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.i.Kom, M.i.Kom., 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 Dr. Dwinarko, Drs.,M.M.,M.H selaku dosen pembimbing dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik Peneliti.

Dipindai dengan CamScanner

6. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Keluarga besar penulis, bpk Nasir, dan ibu Rohani, Kaka Nuryanih, Kaka Risah Sapitri, yang telah membantu memahami keadaan dan mendukung jalannya penyusunan skripsi ini Terimakasih atas dukungan dan pengertiannya.
8. Teman-teman saya dan lainnya yang memberikan semangat untuk saya, dan memberikan dukungan yang sudah bersedia membantu menemani dan menghibur penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Untuk Yannie makeup_official serta informan yang telah bersedia memberikan informasi dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Dan semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyeleaikan Skripsi dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dari Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat memberikan kotribusi positif dan bermakna bagi yang membaca serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut amin.

Jakarta, 26 Desember 2024

Sri Mulyanih

201810415157

Dipindai dengan CamScanner

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 xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR BAGAN xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Fokus Penelitian 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.5.1 Manfaat Teoritis 5
1.5.2 Manfaat Praktis 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Kerangka Konsep 10
2.2.1 Komunikasi Digital 10
2.2.2 Bauran Pemasaran 4P 11
2.2.3 Media Sosial 13
2.2.4 Instagram 14
2.2.5 Tata Rias 15
2.3 Kerangka Pemikiran 17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 18
3.1 Jenis Penelitian 18
3.2 Metode Penelitian 18
3.3 Subjek Penelitian 19
3.4 Objek Penelitian 19

Dipindai dengan CamScanner

3.5 Key Informan 19
3.6 Informan 20
3.7 Teknik Pengumpulan Data 21
3.8 Teknik Analisis Data 22
3.9 Keabsahan Data / Triangulasi 23
3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian 24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 26
4.1.1 Profil Akun Instagram yanniemakeup_official 26
4.1.2 Profil Informan dan Informan 27
4.1.3 Visi Tata Rias 28
4.1.4 Misi Tata Rias 28
4.2 Hasil Penelitian 29
4.2.1 Deskripsi mengenai analisis komunikasi digital akun instagram @yanniemakeup_official 29
4.2.2 Deskripsi Mengenai Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion)* 30
4.2.3 Deskripsi mengenai tata rias akun Instagram @yanniemakeup_official 32
4.2.4 Deskripsi mengenai pengguna akun Instagram @yanniemakeup_official 33
4.3 Hasil Pembahasan 34
4.3.1 Deskripsi mengenai analisis komunikasi digital akun instagram @yanniemakeup_official 35
4.3.2 Deskripsi Mengenai Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion)* 36
4.3.3 Deskripsi mengenai tata rias akun instagram@yanniemakeup_official 37
4.3.4 Deskripsi mengenai pengguna akun instagram @yanniemakeup_official 38
BAB V PENUTUP 39
5.1 Kesimpulan 39
5.2 Saran 39
5.2.1 Saran Praktis 39
5.2.2 Saran Akademik 40
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 3. 1 Profil Informan Kunci dan Informan Pendukung 20
Tabel 3. 2 Timeline Penelitian 2024 25

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Akun Instagram @Yanniemakeup_Official..... 2
Gambar 1. 2 Media Sosial Instagram yang digunakan @yanniemakeup_official.. 3
Gambar 4. 1 Tampilan Profil Akun Instagram yanniemakeup_official..... 26

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir..... 17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Diri

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Reduksi Data

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 6 Form Perbaikan Skripsi