

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Penerimaan Khalayak Terhadap Peran Social Media Influnecer Dalam Akun Instagram @tasyafarasya (Studi Pada Followers Akun Instagram @tasyafarasya)

Naila Rahma

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=73753&lokasi=lokal>

Abstrak

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial. Dari platform tersebut muncul berbagai macam social media influencer yang memiliki pengaruh banyak bagi para pengikutnya (followers). Influencer mempunyai peran penting dan cukup mempengaruhi terhadap khalayaknya yang sekarang ini mayoritas menjadi khalayak aktif dalam mengakses media sosial. Salah satunya adalah social media influencer yang berkecimpung dalam dunia kecantikan Tasya Farasya. Penelitian ini mengkaji bagaimana penerimaan khalayak terhadap peran social media influencer dalam akun Instagram @tasyafarasya?

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori penerimaan Stuart Hall yang berisikan encoding dan decoding yang membagi penerimaan khalayak pada tiga kategori yaitu penerimaan dominan, negosiasi dan oposisi serta dilengkapi dengan konsep peran social media influencer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian analisis resepsi.

Hasil dari penelitian ini adalah penerimaan followers dapat dikategorikan menjadi tiga. Penerimaan dominan yaitu followers yang dominan yaitu pengikut yang menerima sepenuhnya pesan dari unggahan social media influencer @tasyafarasya dan merasa terpengaruh, termotivasi, terinspirasi, terbujuk atau tertarik, terdorong dan terubah perilakunya. Penerimaan negosiasi followers yang tidak sepenuhnya menerima unggahan dari social media influencer @tasyafarasya. Penerima dengan posisi atau berlawanan yaitu followers yang menerima unggahan tersebut tapi tidak terpengaruh sama sekali dari unggahan social media influencer tersebut. Faktor yang mempengaruhi yaitu keinginan, kebutuhan dan preferensi atau selera. Penelitian selanjutnya bisa mengkaji menggunakan metode studi kasus untuk mengeksplorasi konsep peran yang lebih spesifik yang berkaitan dengan topik yang dibahas agar cepat memperoleh temuan-temuan baru sekaligus penjelasannya, yang mungkin tidak terdeteksi jika menggunakan metode penelitian lain.