

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS PEREMPUAN @MADFORMAKEUP.CO  
TERHADAP KAMPANYE *FEMVERTISING* #REBELTOGETHER DI  
INSTAGRAM**



**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi

**Oleh:**

Mitha Sinayang Wahyucandini

NIM D0218054

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2022**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>Karya skripsi ini saya persembahkan untuk: .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Kajian Teoritis.....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Objek Penelitian .....	36
D. Jenis Data .....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Penentuan Informan.....	38
G. Uji Validitas Data.....	39

H. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV .....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. MAD for Makeup dan Kampanye #RebelTogether.....	42
B. Profil Informan.....	53
C. Hasil .....	58
D. Pembahasan.....	99
<b>BAB V.....</b>	<b>118</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>118</b>
A. Kesimpulan .....	118
B. Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Kampanye #RebelTogether .....	6
Gambar II. 1 Model Encoding-Decoding Stuart Hall.....	16
Gambar II. 2 Standar Kecantikan Mesir Kuno.....	22
Gambar II. 3 Standar Kecantikan Yunani Kuno .....	22
Gambar II. 4 Standar Kecantikan di Masa Dinasti Han.....	23
Gambar II. 5 Standar Kecantikan ala Italian Renaissance .....	23
Gambar II. 6 Standar Kecantikan Ala Victorian England.....	24
Gambar II. 7 Standar Kecantikan di Tahun 1920-an .....	24
Gambar II. 8 Standar Kecantikan ala Hollywood .....	25
Gambar II. 9 Standar Kecantikan di Tahun 1960-an .....	25
Gambar II. 10 Standar Kecantikan di Tahun 1980-an .....	26
Gambar II. 11 Standar Kecantikan di Tahun 1990-an .....	26
Gambar II. 12 Standar Kecantikan di Era Sekarang .....	27
Gambar IV. 1 Logo MAD for Makeup.....	43
Gambar IV. 2 Feeds Instagram @madformakeup.co.....	44
Gambar IV. 3 Official Website MAD for Makeup .....	45
Gambar IV. 4 Concealer, gel blush dan merchandise MAD for Makeup.....	46
Gambar IV. 5 Komentar pengikut MAD for Makeup .....	47
Gambar IV. 6 Video dan IGTV Kampanye #RebelTogether .....	48
Gambar IV. 7 Kampanye #RebelTogether.....	49
Gambar IV. 8 Salah satu post #FTheStandard dalam Kampanye #RebelTogether .....	50
Gambar IV. 9 Cara MAD for Makeup menampilkan perempuan secara nyata....	52
Gambar IV. 10 Komentar Titi di unggahan kampanye #RebelTogether .....	62
Gambar IV. 11 Easter dalam kampanye #RebelTogether.....	65
Gambar IV. 12 Sekar dalam kampanye #RebelTogether.....	67
Gambar IV. 13 Tazkia dalam kampanye #RebelTogether.....	72
Gambar IV. 14 Amanda dalam kampanye #RebelTogether .....	75

Gambar IV. 15 Easter membagikan ceritanya di kampanye #RebelTogether ..... 93



**DAFTAR TABEL**

Tabel IV. 1 Interaksi informan dengan MAD for Makeup .....	76
Tabel IV. 2 Impresi informan terhadap jenis konten MAD for Makeup .....	89
Tabel IV. 3 Tindakan Pasca Terhubung dan Berinteraksi dengan MAD for Makeup .....	97
Tabel IV. 4 Posisi Informan .....	112

