

**ANALISIS KONTEN *PERSONAL COLOUR* DALAM MEDIA SOSIAL
@WARDAHBEAUTY**

SKRIPSI



Oleh : Rensa

Aprilliyah

NPM 21043010030

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU

SOSIAL BUDAYA DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIOANAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KONTEN PERSONAL COLOUR DALAM MEDIA SOSIAL
@WARDAHBEUATY**

Disusun oleh:

Rensa Aprilliyah
NPM. 21043010030

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., MA
NIP. 199308082022032016

Mengetahui
DEKAN



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KONTEN PERSONAL COLOUR DALAM MEDIA SOSIAL
@WARDAHBEUATY**

Oleh:

Rensa Aprilliyah
NPM. 21043010030

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 17
November 2025

PEMBIMBING


Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., MA
NIP. 199308082022032016

TIM PENGUJI,


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom
NIP. 197602082021211003


Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., MA
NIP. 199308082022032016



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rensa Aprilliyah
NPM : 21043010030
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 06 November 2025
Yang membuat pernyataan



Rensa Aprilliyah
NPM. 21043010030

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom.,MA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis.
4. Ibu Dra Sumardjijati, M.SI selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Kepada Orang Tua Penulis Bapak Arif Umbarianto dan Ibu Djumiarsih Terimakasih selalu memberikan dukungan dalam segi materi dan do’a yang tidak pernah terputus untuk segala kelancaran dalam keadaan apapun. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh

7. Keluarga Penulis Reyna Aprilliyah Ramadhani, Uti, Mbahkung, Om, Tante yang selalu memberikan semangat dalam hidup dan dukungan lebih untuk kerukunan dalam keluarga.
8. Teruntuk Keluarga Jauh Penulis Zumrotul Minnrovia, Dhea Putri Magfihroh, Bayu Tri Putra, Marcel Eka Aditya terimakasih untuk selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam keadaan suka maupun duka.
9. Saudara Penulis yang selalu kebersamai dalam penulisan Skripsi Keluarga Salindri Bening Cahyani, Dhiya Fauz Wiman terimakasih untuk selalu jalan bersama dengan tujuan yang sama, yang mengajarkan untuk bisa ikhlas dalam menghadapi dunia.
10. Teruntuk sahabat SMA Titan Maulidtha Romanisti, Isman Ardi, Ekky Sugiono yang mejadi tempat menuangkan keceriaan dalam perjalanan penulisan skripsi.
11. Last but no least untuk diri sendiri Rensa Aprilliyah Terimakasih untuk selalu berjuang dalam segala hal tanpa menyerah.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @wardahbeauty mengemas dan menyampaikan konten bertema *personal colour analysis* (PCA) melalui kampanye “Wardah Colourverse”. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bentuk serta tema pesan yang digunakan Wardah dalam membangun komunikasi dengan audiensnya. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis isi terhadap unggahan berupa foto, video, dan caption yang dipublikasikan di akun @wardahbeauty. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan yang digunakan terbagi menjadi dua bentuk, yaitu informatif, persuasif. Pesan informatif banyak digunakan untuk memberikan wawasan tentang pentingnya pemilihan warna sesuai undertone kulit, sedangkan pesan persuasif digunakan untuk mendorong audiens mencoba produk yang disesuaikan dengan hasil analisis warna pribadi. Tema yang dominan meliputi *Personal colour analysis*, rekomendasi produk, konten edukasi, serta promosi event *Wardah Colour Station*. Secara keseluruhan, strategi komunikasi Wardah terbukti tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun hubungan emosional dengan audiens, tetapi juga memberikan dampak berupa meningkatnya pemahaman, ketertarikan, serta kepercayaan diri audiens dalam menentukan pilihan warna dan produk yang sesuai dengan karakteristik pribadi mereka.

Kata Kunci : *Personal Colour Analysis, Analisis Isi, Media Sosial Instagram*

ABSTRACT

This study aims to analyze how the Instagram account @wardahbeauty packages and delivers content themed personal colour analysis (PCA) through the “Wardah Colourverse” campaign. The focus of this research is to understand the forms and themes of messages used by Wardah in building communication with its audience. The research employs a qualitative approach using content analysis techniques applied to posts in the form of photos, videos, and captions published on the @wardahbeauty Instagram account. The results show that the messages used are categorized into two forms: informative, persuasive. Informative messages are predominantly used to provide insights into the importance of choosing colors based on skin undertones, while persuasive messages aim to encourage audiences to try Wardah products that are tailored to the results of personal colour analysis. The dominant themes include personal colour analysis, product recommendations, educational content, and promotion of the Wardah Colour Station event. Overall, Wardah’s communication strategy is proven to be effective not only in conveying messages and building emotional connections with the audience, but also in generating positive impacts, such as increasing audience understanding, interest, and self-confidence in selecting colors and products that suit their personal characteristics.

Keyword : *Personal Colour Analysis, Analisis Isi, Media Sosial Instagram*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka	14
2.2.1 New Media.....	14
2.2.2 Analisis Isi Konten	15
2.2.3 Pengemasan Pesan	17
2.2.4 Instagram Sebagai <i>Platform</i> Media Sosial	19
2.2.5 <i>Personal colour Analys (PCA)</i>	21
2.2.5.1 Menentukan Warna yang Cocok dengan <i>Undertone</i> Kulit	22
2.2.5.2 Teori <i>Seasonal Colour Group</i>	23
2.3 Kerangka Berpikir	24

BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian.....	28
3.3 Definisi Konseptual	28
3.3.1 Pengemasan Pesan	28
3.3.2 Instagram Sebagai Media Sosial.....	29
3.3.3 <i>Personal colour Analysis</i>	29
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7 Analisis Data	32
3.8 Unit Analisis Penelitian.....	34
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Wardah	36
4.1.2 Gambaran Umum Personal Colour Analysis.....	37
4.2 Penyajian, Analisis Data, dan Pembahasan	41
4.2.1 Bentuk Pesan	43
4.2.1.1 Bentuk Pesan Informatif	45
4.2.1.2 Bentuk Pesan Persuasif	49
4.2.2 Tema Pesan.....	52
4.2.2.1 <i>Personal colour Analys</i>	55
4.2.2.2 Rekomendasi Produk	62
4.2.2.3 Konten Edukasi	66
4.2.2.4 Wardah Colour Station / Event	70
4.2.3 Instagram Sebagai Media Sosial.....	73
4.2.4 <i>Personal Colour Analysis</i>	76
BAB V.....	78
KESIMPULAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78

5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
RIWAYAT HIDUP.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. 1 Logo Wardah.....	36
Gambar 4. 2 Intaggram @wardahbeauty.....	38
Gambar 4. 3 Postingan Konten Informatif 05 Februari 2025	46
Gambar 4. 4 Postingan Informatif 11 Febuari Event Wardah Colourverse.....	47
Gambar 4. 5 Caption Informatif 11 Febuari.....	48
Gambar 4. 6 Postingan Konten Persuasif.....	49
Gambar 4. 7 Caption Pada Postingan 07 Febuari 2025	50
Gambar 4. 8 Konten Pernola Colour Analysis.....	55
Gambar 4. 9 Wardah Glossicle Peptide Balm Colour Chart.....	56
Gambar 4. 10 Skin Check Dan Personal Colour Analysis.....	58
Gambar 4. 11 When our boss say ‘Teamwork is Important’ Event.....	60
Gambar 4. 12 Rekomendasi Produk.....	62
Gambar 4. 13 Gambaran Praktik <i>Personal Colour Analysis</i>	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Korpus Penelitian.....	30
Tabel 4. 1 Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Pesan	44