

ABSTRAK

Penelitian ini dilandasi dengan fenomena meningkatnya konsumsi konten ulasan mengenai produk *skincare* di media sosial, khususnya di TikTok, serta peran besar beauty influencer seperti Tasya Farasya dalam memengaruhi membentuk opini publik melalui gaya komunikasi yang informatif dan persuasif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana audiens memaknai terhadap konten ulasan produk *skincare* pelembap Calm Down brand Somethinc yang diunggah oleh Tasya Farasya di akun TikToknya sebagai pemenuhan informasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi menggunakan teori *encoding-decoding* Stuart Hall untuk menganalisis resepsi para audiens terhadap konten ulasan Tasya Farasya. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu individu yang berkomentar pada video ulasan di TikTok. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi konten, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memiliki beragam resepsi terhadap konten, yang dikategorikan dalam tiga posisi resepsi: *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Hasil penelitian mayoritas menunjukkan berada pada posisi *negotiated* yaitu menerima pesan secara umum namun namun menyesuaikan dengan kebutuhan pribadi. Selain itu satu informan berada pada posisi *dominant* yang menerima pesan secara keseluruhan. Tidak ditemukan informan pada posisi oposisi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas influencer, kualitas konten, dan relevansi produk menjadi faktor penting dalam proses penafsiran audiens.

Kata Kunci: Encoding-Decoding, TikTok, Beauty Influencer, Skincare, Tasya Farasya.