

## ABSTRAK

Media sosial ini dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi yang mengedukasi termasuk dunia *skincare* yang dibutuhkan oleh kebanyakan kaum wanita. Dokter Richard merupakan seorang dokter yang memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana untuk mengedukasi kepada audiensnya tentang dunia *skincare*, karena saat ini banyak beredar *skincare* yang abal-abal dan dijual dipasaran dengan bebas. Namun pada kontennya tersebut, muncul pro dan kontra, sehingga adanya perbedaan penerimaan makna audiensnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis teori resepsi menurut Stuart Hall yang menjelaskan adanya perbedaan resepsi atau penerimaan makna audiens dalam menerima pesan informasi dari media. Hasil penelitian resepsi berbeda-beda. Terdapat 26 *decoding* dari posisi *hegemonic dominant*, 10 *decoding* pada posisi *negotiated position*, dan pada *opposisi position* tidak ditemukan. Dan audiens mendapatkan pengetahuan dan pemahaman berkat konten dokter Richard. Dengan mayoritas *hegemonic dominant* memberikan makna bahwa audiens kurang kritis dalam menerima konten *skincare*, karena hanya mengikuti dan menggunakan produk yang sedang viral saja.

**Kata Kunci:** Media sosial TikTok, Analisis Resepsi Stuart Hall, Konten *Review Skincare*.

## **ABSTRACT**

*Social media has become a necessity for users who aim to carry out various communications. This social media can also be used to convey educational information including the world of skincare which is needed by most women. Doctor Richard is a doctor who uses social media TikTok as a means to educate his audience about the world of skincare, because currently a lot of fake skincare is being circulated and sold in the market freely. However, in the content, there are pros and cons, so that there are differences in the audience's acceptance of meaning. The method used in this research is descriptive research with reception theory analysis according to Stuart Hall which explains the difference in the reception or acceptance of the audience's meaning in receiving information messages from the media. Reception results vary. There are 26 decodings from the hegemonic dominant position, 10 decodings in the negotiated position, and in the opposition position not found. With a dominant hegemonic majority, it means that the audience is less critical in accepting skincare content, because they only follow and use products that are currently viral.*

**Keywords:** *TikTok Social Media, Stuart Hall Reception Analysis, Skincare Review Content.*