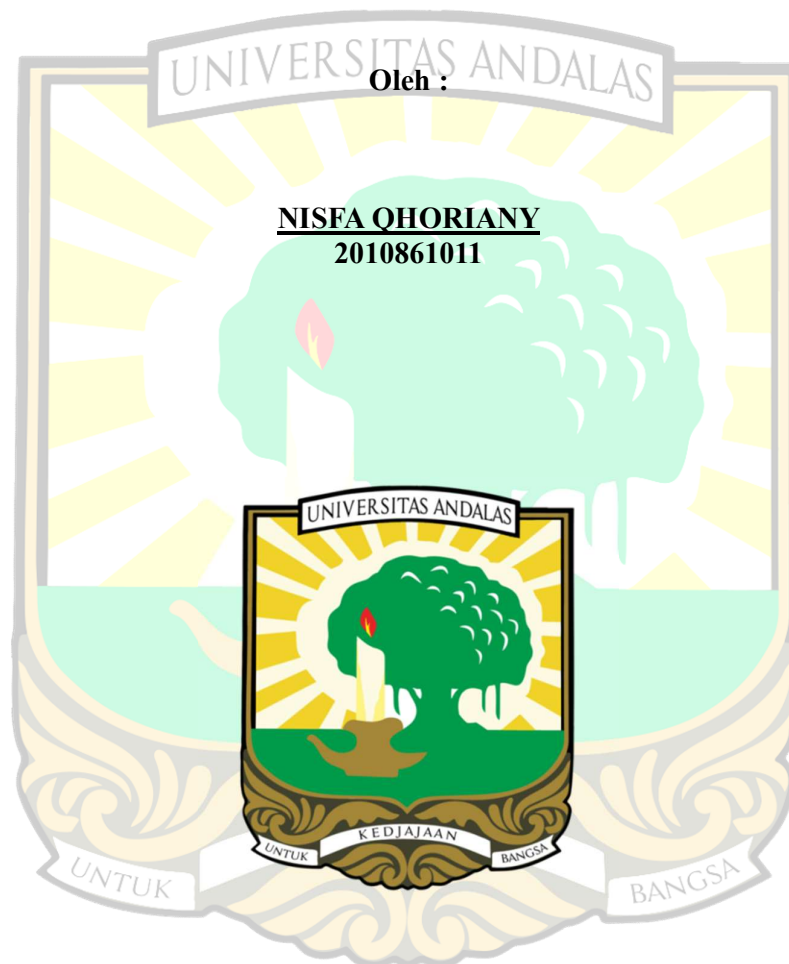


**RESEPSI AUDIENS TENTANG VIRALITAS *GENDERLESS FASHION*
PADA AKUN TIKTOK @alegeor_**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



Oleh :

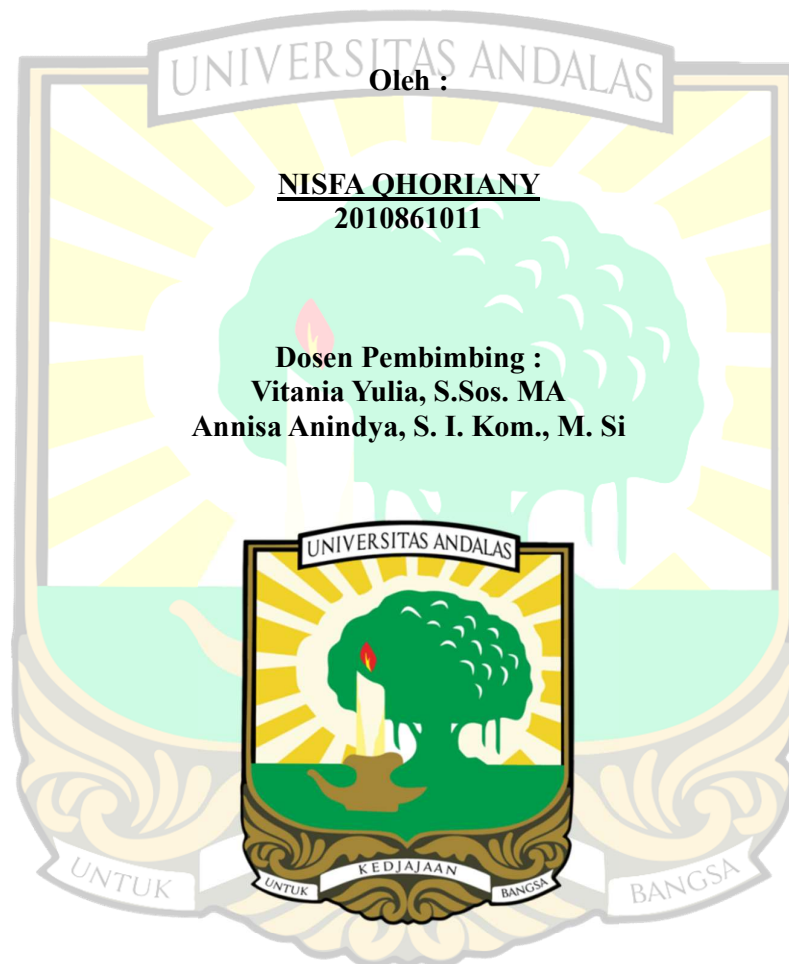
NISFA QHORIANY
2010861011

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

**RESEPSI AUDIENS TENTANG VIRALITAS *GENDERLESS FASHION*
PADA AKUN TIKTOK @alegeor_**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



Oleh :

NISFA QHORIANY
2010861011

Dosen Pembimbing :
Vitania Yulia, S.Sos. MA
Annisa Anindya, S. I. Kom., M. Si

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ABSTRAK

RESEPSI AUDIENS TENTANG VIRALITAS *GENDERLESS FASHION* PADA AKUN TIKTOK @alegeor_

Oleh:

Nisfa Qhoriany
2010861011

Dosen Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos. MA
Annisa Anindya, S. I Kom., M.Si

Penyebaran fenomena *genderless fashion* melalui TikTok memberikan dampak besar terhadap bagaimana audiens memahami dan menginterpretasikan tren ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemaknaan audiens terhadap viralitas *genderless fashion* dalam konten TikTok @alegeor_, terutama bagaimana khalayak menafsirkan dan merespon tren ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall dengan menganalisis pemaknaan audiens terhadap konten TikTok @alegeor_. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan naratif dan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memiliki pemaknaan yang beragam terhadap *genderless fashion*, yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, serta terpaan dari media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa posisi audiens dalam memahami fenomena ini terbagi menjadi tiga, yaitu posisi dominan-hegemonik, posisi negosiasi dan posisi oposisi. Posisi dominan-hegemonik diisi oleh individu yang sepenuhnya menerima *genderless fashion* sebagai tren positif. Posisi negosiasi mencakup individu yang mengakui tren ini tetapi menyesuaikannya dengan kepercayaan budaya mereka. Sementara itu, posisi oposisi terdiri dari individu yang menolak *genderless*, karena dianggap dengan norma sosial yang ada. Konten yang disajikan oleh @alegeor_ menjadi salah satu faktor yang mendorong penerimaan *genderless fashion* dalam kalangan audiens tertentu, terutama generasi muda yang lebih terbuka terhadap tren global. Studi ini memberikan wawasan mengenai bagaimana media sosial berperan dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap tren *genderless fashion* di era digital.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Komunikasi Gender, TikTok, *Genderless fashion*, Audiens.

ABSTRACT

RECEPTION OF AUDIENCE ABOUT THE VIRALITY OF GENDERLESS FASHION ON TIKTOK ACCOUNT @alegeor_

By:
Nisfa Qhoriany
2010861011

Supervisor:

Vitania Yulia, S.Sos., MA
Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si

The dissemination of genderless fashion through TikTok has significantly influenced how audiences perceive and interpret this trend. Therefore, this study aims to analyze the audience's reception of the virality of genderless fashion in TikTok content from @alegeor_, particularly how the public interprets and responds to this trend. The theory used in this study is the reception analysis developed by Stuart Hall by analyzing the audience's interpretation of TikTok content from @alegeor_. This research uses qualitative methods with a narrative approach and a constructivist paradigm. The study results indicate that audiences have diverse interpretations of genderless fashion, influenced by cultural backgrounds, experiences, and exposure to social media. Based on the findings, it was found that the audience's position in understanding this phenomenon is divided into three categories: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional positions. The dominant-hegemonic position consists of individuals who fully accept genderless fashion as a positive trend. The negotiated position includes individuals who acknowledge the trend but adapt it to their cultural beliefs. Meanwhile, the oppositional position consists of individuals who reject genderless fashion, as they perceive it as conflicting with existing social norms. The content presented by @alegeor_ has become one of the factors driving the acceptance of genderless fashion among certain audience groups, especially young generations who are more open to global fashion trends. This study provides insights into how social media contributes to shaping societal perceptions of fashion and gender identity in the digital era.

Keywords: Reception Analysis, Gender Communication, TikTok, Genderless fashion, Audience.