



Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH TERPAAN INFORMASI KESEHATAN WAJAH DI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* OLEH *FOLLOWERS @DR.ZIEE*

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Komunikasi

Nama: Rifqah Ramadhani Akbar

NIM: 1910411018



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rifqah Ramadhani Akbar
NIM : 1910411018
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 17 Mei 2023



Rifqah Ramadhani Akbar

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Rifqah Ramadhani Akbar

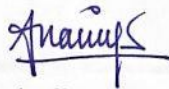
NIM : 1910411018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan Wajah Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Oleh *Followers @dr ziee*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Skripsi I



(Dr. Ana Kuswanti, M.Si)

Penguji Skripsi I



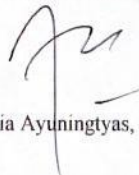
(Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D)

Penguji Skripsi II



(Irpan Ripa'i Sutowo, Se, M.Si)

Ketua Program Studi



(Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 12 Juni 2023

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifqah Ramadhani Akbar

NIM : 1910411018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui unuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive royalty fee*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan Wajah Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Oleh *Followers @dr.ziee*”

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas *royalty* ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkala data, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Bekasi,
Pada tanggal, 17 Mei 2023
Yang menyatakan,



Rifqah Ramadhani Akbar

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI KESEHATAN WAJAH DI TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* OLEH
*FOLLOWERS @DR.ZIEE***

Rifqah Ramadhani Akbar

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rifqahra@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Perempuan sering kali dihadapkan pada kesalahan pengaplikasian atau kurangnya pemahaman mengenai pentingnya menggunakan *sunscreen* secara rutin dan dengan jumlah yang cukup. Hal ini dapat mengurangi efektivitas perlindungan kulit dari bahaya sinar matahari dan berisiko tinggi terkena paparan sinar UV berbahaya. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh terpaan informasi kesehatan wajah di platform media sosial TikTok terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen*. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, jenis penelitian deskriptif dan menggunakan teori *Elaboration Likelihood* yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan informasi media sosial TikTok pada akun *@dr.ziee* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen*. Sebanyak 100 responden merupakan *followers* akun TikTok *@dr.ziee* menjadi objek penelitian. Berdasarkan dari hasil uji korelasi memperoleh angka korelasi koefisien sebesar 0.609 maka tingkat hubungan antar variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang kuat. Melalui hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel X dengan variabel Y bernilai sebesar 38.7% maka variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli konsumen. Angka koefisien regresi dengan nilai 0.881 (plus). Melalui hasil perhitungan uji hipotesis, t hitung 7.859 > t tabel 1.984 yang mengandung arti H_a diterima yang menyatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y terdapat pengaruh yang besar dan signifikan.

Kata Kunci: *Sunscreen*, TikTok, Keputusan Pembelian

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI KESEHATAN WAJAH PADA
MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUNSCREEN PADA FOLLOWERS @DR.ZIEE**

Rifqah Ramadhani Akbar

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rifqahra@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Women are often faced with the mistakes of improper sunscreen application or a lack of understanding about the importance of using sunscreen regularly and in sufficient amounts. This can reduce the effectiveness of skin protection from the dangers of sunlight and increase the risk of exposure to harmful UV rays. This study aims to investigate the influence of facial health information exposure on the TikTok social media platform on sunscreen product purchasing decisions. The research will employ a quantitative research method with a survey approach, using a descriptive research type, and applying the Elaboration Likelihood theory to determine the extent of TikTok social media information exposure on the @dr.ziee account's impact on sunscreen product purchasing decisions. A total of 100 respondents who are followers of the TikTok account @dr.ziee will be the subjects of this study. Based on the correlation test results, a correlation coefficient of 0.609 is obtained, indicating a strong relationship between variable X and variable Y. The coefficient of determination test results show that the level of influence of variable X on variable Y is 38.7%, indicating that variable X has a significant influence on consumer buying interest. The regression coefficient is 0.881 (positive). Through the hypothesis test results, the calculated t-value of 7.859 > t-table 1.984, indicating that the alternative hypothesis (Ha) is accepted, which states that there is a significant and large influence of variable X on variable Y.

Keywords: Sunscreen, TikTok, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang penulis ajukan dengan judul “Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan Wajah Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Oleh *Followers @dr.ziee*”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materi. Oleh karena ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. S. Beki Istyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si., Kepala Program studi Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Ana Kuswanti selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan, memberikan saran, serta membimbing penulis dalam proses penelitian skripsi.
4. Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan arahan, dan saran yang bermanfaat selama proses penulisan skripsi.
5. Keluarga peneliti, Ibu Wiwik Rosmini dan Adik Raissa Mutiara Akbar yang telah memberikan dukungan serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Muhamad Rizki Kartaputra. Terimakasih telah menjadi tempat bercerita dan penyemangat hati serta memberikan dukungan tiada henti.
7. Farah dan Dhea sebagai sahabat-sahabat yang telah membantu banyak dan turut menyemangati penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

8. Adin, Riska, Rizqi, Sarah, dan Adira sebagai teman terdekat kuliah yang menemani penulis sejak awal semester. Terima kasih atas dukungan secara emosional yang telah diberikan sampai sekarang.
9. Responden yang telah membantu penulis dalam melakukan survei penelitian.
10. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/I Ilmu Komunikasi 2019.

Dengan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu, penulis terbuka dan menghargai dengan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jakarta, 17 Mei 2022



Rifqah Ramadhani A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 State of Art	12
2.2 Konsep	17
2.2.1 Komunikasi Persuasif.....	17
2.2.2 Terpaan Informasi.....	18
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Teori Penelitian	24
2.4 Kerangka Pemikiran	25
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Populasi	29
3.3 Sampel	29

3.4 Lokasi Penelitian.....	30
3.5 Jenis Penelitian	31
3.6 Variabel Penelitian	31
3.7 Definisi Operasional.....	32
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.9 Kuisisioner	35
3.10 Skala Pengukuran	35
3.11 Sumber Data	36
3.11.1 Data Primer	36
3.11.2 Data Sekunder.....	36
3.12 Teknik Analisis Data	37
3.13 Uji Validitas.....	37
3.14 Uji Reliabilitas	38
3.15 Uji Korelasi.....	40
3.16 Uji Regresi Linear Sederhana	41
3.17 Metode Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Karakteristik Responden.....	46
4.2.2 Data Analisis Variabel X (Terpaan Informasi)	48
4.2.3 Data Analisis Variabel Y (Keputusan Pembelian)	58
4.2.4 Uji Korelasi	72
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana	72
4.2.6 Uji Koefisiensi Determinasi	73
4.2.7 Uji Hipotesis	74
4.3 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	1
Gambar 2. Pemakaian Media Sosial di Indonesia Februari 2022.....	3
Gambar 3. Followers TikTok dr.ziee	5
Gambar 4. <i>Sunscreen UV Camera</i>	7
Gambar 5. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	40
Gambar 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	40
Gambar 8. Analisis Hasil Uji Korelasi	72
Gambar 9. Analisis Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	73
Gambar 10. Analisis Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	74
Gambar 11. Analisis Hasil Uji Hipotesis.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Pemikiran.....	24
Tabel 2. Definisi Operasional.....	32
Tabel 3. Skala Likert	36
Tabel 4. Uji Validitas Variabel X.....	37
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y.....	38
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	39
Tabel 7. Rencana Waktu	43
Tabel 8. Usia Responden (N = 100).....	46
Tabel 9. Jenis Kelamin Responden (N = 100).....	47
Tabel 10. Profesi Responden (N = 100)	47
Tabel 11. Pernyataan Variabel X1, Dimensi Frekuensi (N = 100)	49
Tabel 12. Pernyataan Variabel X2, Dimensi Frekuensi (N = 100)	50
Tabel 13. Pernyataan Variabel X3, Dimensi Frekuensi (N = 100)	50
Tabel 14. Pernyataan Variabel X4, Dimensi Durasi (N = 100)	51
Tabel 15. Pernyataan Variabel X5, Dimensi Durasi (N = 100)	52
Tabel 16. Pernyataan Variabel X6, Dimensi Durasi (N = 100)	53
Tabel 17. Pernyataan Variabel X7, Dimensi Atensi (N = 100).....	54
Tabel 18. Pernyataan Variabel X8, Dimensi Atensi (N = 100).....	55
Tabel 19. Pernyataan Variabel X9, Dimensi Atensi (N = 100).....	56
Tabel 20. Pernyataan Variabel X10, Dimensi Atensi (N = 100).....	57
Tabel 21. Pernyataan Variabel Y1, Dimensi Pengenalan Masalah (N = 100) 59	
Tabel 22. Pernyataan Variabel Y2, Dimensi Pengenalan Masalah (N = 100) 59	
Tabel 23. Pernyataan Variabel Y3, Dimensi Pengenalan Masalah (N = 100) 60	
Tabel 24. Pernyataan Variabel Y4, Dimensi Pencaarian Informasi (N = 100)	61

Tabel 25. Pernyataan Variabel Y5, Dimensi Pencarian Informasi (N = 100)	62
Tabel 26. Pernyataan Variabel Y6, Dimensi Pencarian Informasi (N = 100)	63
Tabel 27. Pernyataan Variabel Y7, Dimensi Evaluasi Alternatif (N = 100) ...	64
Tabel 28. Pernyataan Variabel Y8, Dimensi Evaluasi Alternatif (N = 100) ..	65
Tabel 29. Pernyataan Variabel Y9, Dimensi Evaluasi Alternatif (N = 100) ..	66
Tabel 30. Pernyataan Variabel Y10, Dimensi Keputusan Pembelian (N = 100)	67
Tabel 31. Pernyataan Variabel Y11, Dimensi Keputusan Pembelian (N = 100)	68
Tabel 32. Pernyataan Variabel Y12, Dimensi Keputusan Pembelian (N = 100)	68
Tabel 33. Pernyataan Variabel Y13, Dimensi Pasca Pembelian (N = 100)	69
Tabel 34. Pernyataan Variabel Y14, Dimensi Pasca Pembelian (N = 100)	70
Tabel 35. Pernyataan Variabel Y15, Dimensi Pasca Pembelian (N = 100)	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	91
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	92
Lampiran 3. Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing.....	93
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian Variabel X	94
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian Variabel Y	96
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel X	99
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Y	102
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas X dan Y.....	105
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas X dan Y.....	105
Lampiran 10. Hasil Uji Korelasi.....	106
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	106
Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi	107
Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis	107
Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian.....	108
Lampiran 15. Lampiran Hasil Turnitin	109