



Judul Skripsi :

**HUBUNGAN KREDIBILITAS *BEAUTY INFLUENCER* TASYA FARASYA
TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @SKINTIFICID**

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

Nama : Higa Askamal

NIM : 1910411214



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Higa Askamal
NIM : 1910411214
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 30 Juni 2023

Yang menyatakan,



Higa Askamal

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Higa Askamal
NIM : 1910411214
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

HUBUNGAN KREDIBILITAS *BEAUTY INFLUENCER* TASYA FARASYA TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @SKINTIFICID

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkala data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Jakarta, 24 Juli 2023

Yang menyatakan,



Higa Askamal

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Higa Askamal
NIM : 1910411214
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Hubungan Kredibilitas *Beauty Influencer* Tasya Farasya terhadap Sikap *Followers* Instagram @skintificid

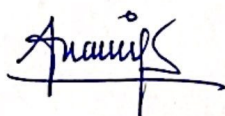
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom

Penguji 1



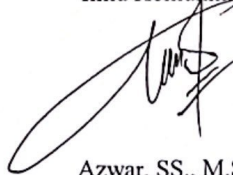
Dr. Ana Kuswanti

Penguji 2



Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 7 Juli 2023

KATA PENGATAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya atas berkat rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Hubungan Kredibilitas *Beauty Influencer* Tasya Farasya terhadap Sikap *Followers* Instagram @Skintificid** dengan baik. Terima kasih kepada yang terutama, orang tua peneliti, Bapak Edhy Soedarsono, SH, SE, MM dan Ibu Nining Runingsih, SE atas kasih sayang, pengertian dan keluasan hatinya dalam mengantarkan peneliti sampai di titik ini dan mendapatkan gelar pertama peneliti.

Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Proses pelaksanaan dan penyusunan laporan skripsi ini, tentu penulis menghadapi berbagai macam hambatan dan rintangan. Namun, adanya dukungan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak dalam wujud pengarahan, bimbingan, dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang selalu mendukung selama proses penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.kom dan Zayyin Abdul Q., S.Pd, M.I.Kom selaku Pembimbing I dan Pembimbing 2, terimakasih banyak atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
2. Dr. Ana Kuswanti dan Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom selaku Dosen Penguji 1 dan Dosen Penguji 2 yang telah mengarahkan, memberikan saran.
3. Azwar, SS., M.Si selaku Kepala Program bidang Studi Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan pengaruh positif terhadap program studi Ilmu Komunikasi serta dukungan.
4. Kak gery, dan Kak Hira sebagai saudara kandung atas dukungan dan doanya
5. Sisi Salsabil, Latifah, Zahra Kaltsum, Kristin Agustina dan Alya Nabila Sofia,

selaku teman perkuliahan yang selalu membantu, menemani dan memberikan dukungan serta canda tawa kepada penulis.

6. Sahabat – sahabat penulis yaitu Nindy, Devi, Tiara, Indira, Putri, Caca, Rafvika, Febi, Dwi yang selalu memberikan dukungan, semangat serta menghibur dan menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Teman-Teman dari KSM FiveTV atas kesempatan yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan diri, belajar, berkeluh kesah.
8. Responden yang telah membantu penulis dalam melakukan survei penelitian.
9. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastiya tak henti-henti penulis sampaikan semoga amal baik semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta dan penyayang Allah SWT. Amin.

Jakarta, 29 Juni 2023



Higa Askamal

HUBUNGAN KREDIBILITAS *BEAUTY INFLUENCER* TASYA FARASYA TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* INSTAGRAM @SKINTIFICID

Higa Askamal

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Pembangun Nasional “Veteran” Jakarta

Higa.askamal@upnvj.ac.id

Abstrak

Kredibilitas *influencer* tidak dapat dinilai hanya dari banyaknya jumlah *followers*, namun pada kredibilitasnya yang memupuni. Penting bagi *influencer* memiliki kredibilitas agar *followers* terpersuasi dengan apa yang di informasikan sehingga terjadi perubahan sikap. Banyak *influencer* yang dianggap tidak memiliki kapasitas tersebut. Tidak jarang audiens mempertanyakan kebenaran dari ulasan produk-produk *endorsement* yang disampaikan *influencer* yang dinilai tidak netral. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk mengetahui adakah hubungan kredibilitas *beauty influencer* tasya farasya terhadap sikap *followers* instagram @skintificid. Penelitian ini menggunakan Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, Kelley dengan tiga komponen yaitu *trustworthiness*, *expertiseness*, dan *attractiveness* Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei disebarkan kepada *followers* akun Instagram @Skintificid dan jumlah sampel hitung sebanyak 100 responden. Teknik sampel yang digunakan metode *Proportional Random Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas Tasya Farasya memenuhi tiga dimensi terhadap perubahan sikap *followers* yaitu, kognitif, afektif, konatif. Dimensi yang memiliki hubungan signifikan terhadap variabel sikap *followers* adalah dimensi kognitif. Penelitian ini juga menunjukkan kredibilitas Tasya Farasya memenuhi tiga dimensi kredibilitas yaitu, *trustworthiness*, *expertiseness*, dan *attractiveness* dimensi yang sangat signifikan adalah dimensi *attractiveness*. Kesimpulan dari penelitian adalah kredibilitas *beauty influencer* memiliki hubungan terhadap sikap *followers* Instagram @skintificid.

Kata Kunci: Kredibilitas *Beauty Influencer*, Sikap *Followers*, Skincare, Teori Kredibilitas Sumber

THE CREDIBILITY RELATIONSHIP OF BEAUTY INFLUENCER TASYA FARASYA TO THE ATTITUDE OF INSTAGRAM FOLLOWERS @SKINTIFICID

Higa Askamal

*Bachelor of Communication Science Study Program, Faculty of Social and
Political Sciences, Jakarta "Veteran" National Development University*

Higa.askamal@upnvj.ac.id

Abstract

The credibility of an influencer cannot be judged only by the large number of followers, but by their qualified credibility. It is important for influencers to have credibility so that followers are persuaded by what is being informed so that attitudes change. Many influencers are considered not to have this capacity. It is not uncommon for audiences to question the veracity of reviews of endorsed products submitted by influencers who are considered to be not neutral. This study has a goal, namely, to find out whether there is a relationship between the credibility of beauty influencer Tasya Farasya and the attitude of Instagram followers @skintificid. This study uses the Source Credibility Theory put forward by Hovland, Janis, Kelley with three components, namely trustworthiness, expertise, and attractiveness. The sample technique used is the Proportional Random Sampling method. The results of this study indicate that Tasya Farasya's credibility fulfills three dimensions of changes in followers' attitudes, namely, cognitive, affective, conative. The dimension that has a significant relationship to the attitude variable of followers is the cognitive dimension. This research also shows that Tasya Farasya's credibility fulfills the three dimensions of credibility, namely, trustworthiness, expertise, and attractiveness. The most significant dimension is the attractiveness dimension. The conclusion of the study is that the credibility of beauty influencers has a relationship with the attitude of @skintificid Instagram followers.

Keywords: *Credibility of Beauty Influencers, Attitudes of Followers, Skincare, Theory of Source Credibility*

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep Penelitian	19
2.3 Teori Penelitian	23
2.4 Kerangka Pikir	23
2.5 Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30

3.4 Sumber Data.....	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Operasional Variabel.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	39
3.8 Tabel Rencana Waktu	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Karakteristik Responden	47
4.1.2 Analisis Pernyataan Variabel X	49
4.1.3 Analisis Pernyataan Variabel Y	58
4.1.4 Uji Normalitas.....	65
4.1.5 Uji Korelasi	66
4.1.6 Uji Hipotesis	66
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi.....	69
4.2 Pembahasan.....	69
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2 Skala Likert	32
Tabel 3 Operasional Variabel X.....	34
Tabel 4 Operasional Variabel Y.....	37
Tabel 5 Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 6 Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	43
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	43
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	44
Tabel 10 Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 11 Waktu Kegiatan Penelitian.....	46
Tabel 12 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (1).....	49
Tabel 13 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (2).....	50
Tabel 14 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (3).....	50
Tabel 15 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (4).....	51
Tabel 16 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (5).....	52
Tabel 17 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (6).....	52
Tabel 18 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (7).....	53
Tabel 19 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (8).....	53
Tabel 20 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (9).....	54
Tabel 21 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (10).....	55
Tabel 22 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (11).....	55
Tabel 23 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (12).....	56
Tabel 24 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (13).....	57
Tabel 25 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (14).....	57
Tabel 26 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (1).....	58
Tabel 27 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (2).....	59
Tabel 28 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (3).....	59
Tabel 29 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (4).....	60
Tabel 30 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (5).....	61
Tabel 31 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (6).....	61

Tabel 32 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (7).....	62
Tabel 33 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (8).....	62
Tabel 34 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (9).....	63
Tabel 35 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (10).....	63
Tabel 36 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (11).....	64
Tabel 37 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 38 Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 39 Hasil Uji Hipotesis	67
Tabel 40 Hasil Uji Hipotesis kebutuhan kognitif.....	67
Tabel 41 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Afektif.....	68
Tabel 42 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Konatif.....	68
Tabel 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penjualan Terlaris di Tiktokshop	7
Gambar 2 <i>Beauty Influencer</i> Tasya Farasya	21

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia Januari 2022	2
Diagram 2 Pengguna Instagram di Indonesia	2
Diagram 3 Format Konten Efektif untuk Artikel <i>Influencer Marketing</i> ...	3
Diagram 4 <i>Beauty Influencer</i> Terpopuler	6
Diagram 5 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	48
Diagram 6 Jumlah responden berdasarkan usia	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	86
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	87
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	88
Lampiran 4. Riwayat Hidup	89
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 6. Kuesioner Penelitian Google Form	94
Lampiran 7. Data Kuesioner Variabel X Variabel Y	96
Lampiran 8. Hasil Analisis Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas, Korelasi, Hipotesis.....	102
Lampiran 9. Sertifikat	105
Lampiran 10. Turnitin	108