

**TINGKAT KREDIBILITAS AKUN TIKTOK @utaaaar SEBAGAI
ENDORSER PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (Survei Pada
Followers Akun TikTok @utaaaar)**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Tugas Akhir dan Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi

Nama: Addam Al Faruq

NIM: 1910411304



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

**TINGKAT KREDIBILITAS AKUN TIKTOK @utaaaar SEBAGAI
ENDORSER PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
(Survei Pada Followers Akun TikTok @utaaaar)**

Disusun Oleh:

Addam Al Faruq

1910411304

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

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Addam Al Furaq
NIM : 1910411304
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Tingkat Keandalan akun Tiktok @utcaaar sebagai endorser
pada produk Scarlett Whitening

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing


(Muzahid A. Muqit Ph.D.)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

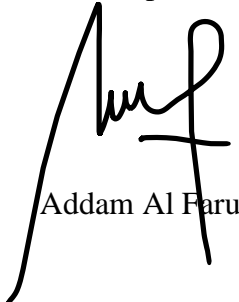
PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Addam Al Faruq
NIM : 1910411304
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 September 2023



Addam Al Faruq

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

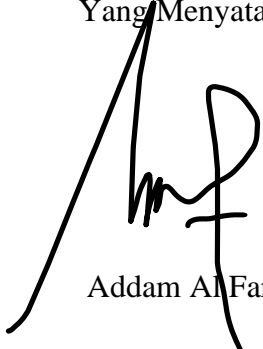
Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Addam Al Faruq
NIM : 1910411304
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, 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: **TINGKAT KREDIBILITAS AKUN TIKTOK @utaaaar SEBAGAI ENDORSER PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (Survei Pada Followers Akun TikTok @utaaaar).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan



Addam Al Faruq

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Addam Al Faruq
NIM : 1910411304
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Tingkat Kredibilitas akun @Utacaaar Sebagai Endorser Pada Produk Scarlett Whitening.

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



(Munahil Abdul Muqitih, M.I.Kom, Ph.D)

Penguji 1



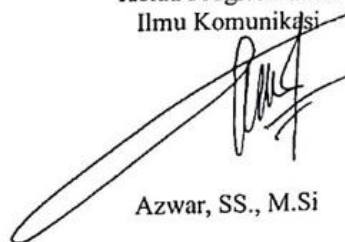
Dr. Radita Gora Tajibopis S.Sos H.M

Penguji 2



(Vinta Sevilla, S.I.P., M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 5 Januari 2024

TINGKAT KREDIBILITAS AKUN TIKTOK @utaaaar SEBAGAI ENDORSER PADA PRODUK SCARLETT WHITENING.

Addam Al Faruq

Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Jakarta

Addam@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan data dan mengukur tingkat kredibilitas akun tiktok @utaaaar sebagai endorser, pada produk Scarlett Whitening. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, serta teori yang digunakan adalah teori kredibilitas sumber, dan metode survei dalam bentuk kuesioner Google Form yang menggunakan skala Guttman kemudian disebarakan kepada 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun TikTok @utaaaar, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Non-Probability Sampling (Purposive Sampling) menggunakan rumus Taro Yamane. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif menggunakan program SPSS 27 dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji anova, analisis tabulasi silang, dan uji normalitas data. Berdasarkan hasil pengujian terdapat 3 indikator pengukur kredibilitas yaitu kepercayaan, keahlian, dan daya tarik. Ketiga indikator tersebut mendapat respon positif. Pada indikator kepercayaan terdapat 67% responden setuju, pada indicator keahlian terdapat 58% responden setuju, dan indicator daya Tarik terdapat 59% responden setuju. Dari hasil pengujian ditemukan bahwa dimensi kepercayaan merupakan dimensi tertinggi dengan 67% responden yang setuju, yang berarti akun @utaaaar cukup dapat dipercaya sebagai endorser produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci: Kredibilitas, Endorser, Sosial Media TikTok, Scarlett Whitening

TINGKAT KREDIBILITAS AKUN TIKTOK @utaaaar SEBAGAI ENDORSER PADA PRODUK SCARLETT WHITENING.

Addam Al Faruq

Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Jakarta

Addam@upnvj.ac.id

ABSTRACT

This research aims to describe data and measure the level of credibility of the TikTok account @utaaaar as an endorser for the Scarlett Whitening product. This research method uses a descriptive quantitative approach, and the theory used is source credibility theory, and a survey method in the form of a Google Form questionnaire using the Guttman scale which is then distributed to 100 respondents. The population in this study were followers of the TikTok account @utaaaar, with the sampling technique used was the Non-Probability Sampling technique (Purposive Sampling) using the Taro Yamane formula. The data analysis technique used is descriptive statistics using the SPSS 27 program by carrying out validity tests, reliability tests, anova tests, cross tabulation analysis and data normality tests. Based on the test results, there are 3 indicators measuring credibility, namely trust, expertise and attractiveness. These three indicators received a positive response. On the trust indicator, 67% of respondents agreed, on the expertise indicator, 58% of respondents agreed, and on the attractiveness indicator, 59% of respondents agreed. From the test results it was found that the trust dimension was the highest dimension with 67% of respondents agreeing, which means the @utaaaar account is quite trustworthy as an endorser for Scarlett Whitening products.

Keywords: Credibility, Endorser, Social MediaTikTok, Scarlett Whitening

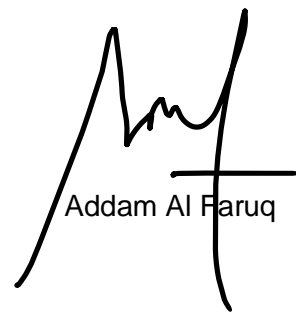
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tingkat Kredibilitas Akun TikTok @utaaaar Sebagai Endorser pada Produk Scarlett Whitening (Survei Pada Followers Akun TikTok @utaaaar)”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, partisipasi, dan dukungan moril maupun materil semua pihak hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka itu, dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Adik saya Addara Bening yang telah memberikan dukungan moral, dan doa sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Azwar, SS., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi saran terhadap penulisan skripsi peneliti.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan (Crying Overheat) yang telah menemani penulis dari awal masuk kampus hingga saat ini.
8. Radyan Jatya G. yang telah membantu penulis dalam menemukan kontak objek penelitian yaitu Ratu Lubis.
9. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, yang telah memberikan saran, semangat, serta kritik yang membangun

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada banyak ruang untuk perbaikan, baik dari segi aspek maupun isi penelitian yang disaman. Penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik, dan oleh karena itu, penulis mengundang semua pihak untuk memberikan kritik dan saran yang konstruktif guna meningkatkan kualitas skripsi ini. Terakhir, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang.

Jakarta, 24 September 2023



Addam Al Faruq

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Penelitian	11
2.2 Teori Penelitian	15
2.3 Kerangka Berpikir	17
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Objek Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Sumber Data	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN	33
4.1 Deskriptif data Penelitian dan Responden	33
4.2 Pembahasan	63
BAB V	69
KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69

5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Produk perawatan kulit merek lokal terlaris di e-commerce tahun 2022.....	2
Diagram 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	3
Diagram 1.3 Sosial Media dengan Penggunaan terbanyak di Indonesia.	4
Diagram 3.1 Audience Followers Akun @utaaar.....	20
Diagram 4.1 Distribusi Karakteristik Jenis Kelamin Responden	33
Diagram 4.2. Distribusi Karakteristik Usia Responden.....	34
Diagram 4.3 Distribusi Karakteristik Status Responden	35
Diagram 4.4 Dimensi Kepercayaan	41
Diagram 4.5 Dimensi Keahlian	42
Diagram 4.6 dimensi Daya Tarik.....	43
Diagram 4.7 Histogram variabel Kredibilitas	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Profil Akun TikTok @utaaar	19
Gambar 3.2 Konten Akun TikTok @utaaaar	21

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir	18
Tabel 3.1 Skala Guttman.....	26
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 3.3 Waktu Penelitian	32
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 1	36
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 2.....	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 3.....	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 4.....	37
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 5.....	38
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 6.....	38
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 7.....	39
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 8.....	39
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 9.....	40
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Nomor 10.....	40
Tabel 4.11 <i>Crosstab</i> Analisa Kategori Jenis kelamin, Usia, Pekerjaan.....	44
Tabel 4.12 <i>Crosstab</i> Apakah Akun TikTok @utaaaar dapat dipercaya sebagai endorser Scarlett Whitening?	45
Tabel 4.13 <i>Crosstab</i> Apakah Akun TikTok @utaaaar dapat meyakinkan audiens untuk membeli produk Scarlett Whitening?	46
Tabel 4.14 <i>Crosstab</i> Apakah Akun TikTok @utaaaar pantas sebagai endorser produk Scarlett Whitening?.....	48

Tabel 4. 15 <i>Crosstab</i> Apakah Akun TikTok @utaaaar dapat menyampaikan informasi produk Scarlett Whitening dengan baik?	49
Tabel 4.16 <i>Crosstab</i> Apakah akun TikTok @utaaaar Merupakan mikroinfluencer yang berpengetahuan luas?	51
Tabel 4.17 <i>Crosstab</i> Apakah akun @utaaaar memiliki skill komunikasi yang hebat?	53
Tabel 4.18 <i>Crosstab</i> Apakah akun @utaaaar merupakan mikroinfluencer yang cantik?.....	54
Tabel 4.19 <i>Crosstab</i> Apakah Akun @utaaaar memiliki persepsi yang baik dimata audiens?	56
Tabel 4. 20 <i>Crosstab</i> Apakah Akun @utaaaar memiliki daya tarik dalam menyampaikan pesan?	57
Tabel 4.21 <i>Crosstab</i> Menurut Anda Akun TikTok @utaaaar merupakan mikroinfluencer yang dapat dijadikan panutan?.....	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.23 Deskriptif Statistik Variabel Kredibilitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran Variabel Kredibilitas	75
Lampiran Hasil Kuesioner Variabel Kredibilitas.....	76
Lampiran Dokumentasi Penelitian	77
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	81
Lampiran Hasil Turnitin	82
Lampiran Sertifikat TOEFL	83
Lampiran Lembar Perbaikan	84