

DEAR ME BEAUTY

Sumber : Blibli.com

**PENGARUH TERPAAN MEDIA LIVE SHOPPING SHOPEE TERHADAP  
KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DEAR ME BEAUTY**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam  
memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Nabilah Syahla Athasya**

**NIM : 2010411056**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN**

**NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nabilah Syahla Athasya

NIM : 2010411056

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,



(Nabilah Syahla Athasya)

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH**

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

Nama : Nabilah Syahla Athasya

NIM : 2010411056

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEMUDA DAN  
OLAHRAGA PROVINSI GORONTALO DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI OLAHRAGA TRADISIONAL PATUMBU**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



Nabilah Syahla Athasya

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nabilah Syahla Athasya  
NIM : 2010411056  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : SI 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: **PENGARUH TERPAAN MEDIA LIVE SHOPPING SHOPEE TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DEAR ME BEAUTY**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), 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:

Jakarta, 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Nabilah Syahla Athasya)

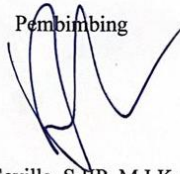
## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Nabilah Syahla Athasya  
NIM : 2010411056  
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Shopee Terhadap  
Kebutuhan Informasi Followers Dear Me Beauty

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



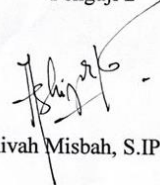
Vinta Sevilla, S.IP.,M.I.Kom.

Penguji 1



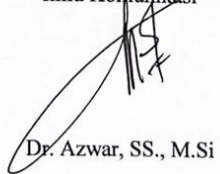
Dr. Dra. Hj. Rini Riyantini, M.Si.

Penguji 2



Nuril Ashivah Misbah, S.IP.,MA.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 04 Juli 2024

# **PENGARUH TERPAAN MEDIA LIVE SHOPPING SHOPEE TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DEAR ME BEAUTY**

## **ABSTRAK**

Hal yang melatarbelakangi penelitian ini, yaitu fenomena *live shopping* yang semakin populer juga mendominasi konsumen untuk berbelanja secara langsung dan interaktif melalui internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan melakukan uji koefisien determinasi, ditemukan bahwa variabel X yaitu terpaan media sosial memberi pengaruh sebesar 64,6% terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi dan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terpaan media *live shopping* Shopee mempengaruhi 64,6% kebutuhan informasi *followers* Shopee Dear Me Beauty, sementara 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Melalui hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa  $t_{hitung} 13.376 > 1,987$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulan penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang besar antara terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty.

**Kata Kunci:** Kebutuhan Informasi, *Live Shopping*, Terpaan Media

# **THE INFLUENCE OF SHOPEE'S LIVE SHOPPING MEDIA EXPOSURE ON THE INFORMATION NEEDS OF DEAR ME BEAUTY'S FOLLOWERS**

## **ABSTRACT**

*The background of this research is the increasingly popular phenomenon of live shopping, which also encourages consumers to shop directly and interactively online. This study aims to determine the extent of the influence of Shopee's live shopping media exposure on the information needs of Dear Me Beauty's followers. The research method used is quantitative, with a determination coefficient test showing that variable X (social media exposure) has a 64.6% influence on variable Y (information needs), while the remaining 35.4% is influenced by other factors not examined in this study. The results of the hypothesis test indicate that the t-value is  $13.376 > 1.987$ , thus  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. The conclusion of this study is that there is a large influence of exposure to Shopee live shopping media on the information needs of Dear Me Beauty followers.*

**Keywords:** *Information Needs, Live Shopping, Media Exposure*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, serta perlindungan kepada peneliti sehingga penelitian dengan judul Pengaruh Terpaan Media *Live Shopping* Shopee Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers* Dear Me Beauty dapat diselesaikan sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan. Terima kasih kepada yang terutama, orang tua peneliti, yaitu Bapak Hendro dan Mama Rikhanah yang menjadi alasan utama peneliti semangat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar pertama peneliti. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada Mba Farah dan Adik Rula atas doa dan dukungannya.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Tentunya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak yang turut andil dalam pembuatan skripsi ini, maupun selama masa perkuliahan peneliti di UPN Veteran Jakarta. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Pak Azwar, SS., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
2. Bu Vinta Sevilla, S.IIP., M.IKom. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu peneliti dalam memberi saran dan kritik. Tiada hentinya peneliti mengucapkan syukur karena telah menjadi salah satu mahasiswa beruntung yang dapat dibimbing penuh oleh beliau.
3. Tempat peneliti magang dan yang juga menjadi objek penelitian ini, yaitu Dear Me Beauty. Khususnya Kak Adit, Kak Okta, dan Kak Iwang yang merupakan tim dari Dear Me Beauty yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung, memberikan pengalaman yang mendalam serta akses informasi yang bermanfaat untuk penyelesaian skripsi ini. Dukungan dan kerjasama yang diberikan selama magang telah sangat membantu dalam proses penelitian ini. Terima kasih atas kepercayaan dan bantuannya.
4. Ghefira Shalfa, Marini Julika, Mayang Rega, dan Rananditta selaku sahabat bahkan sudah peneliti anggap seperti saudara sendiri, selalu hadir dalam berbagai situasi, tidak



pernah lelah mendengarkan keluhan mengenai berbagai kondisi dari peneliti, dan selalu berusaha menghibur peneliti di saat-saat terendah.

5. Tania Larasati, Felicia Griselda, Fazia Fachrunnisa, Amalia Rahardjo sebagai teman-teman selama masa kuliah yang selalu memberikan bantuan, berbagi canda tawa, dan menciptakan kenangan indah bagi peneliti.
6. Devara Helya, Riska Noviyanti, Shafira Artha, dan Candra Febry sebagai rekan seperbimbingan dalam penelitian ini yang telah saling memberikan informasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman, abang, dan kakak dari KSM Fourtyfive Radio yang telah mewarnai hari-hari peneliti selama menjadi anggota dan pengurus. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk bergabung dalam keluarga biru sehingga mendapatkan banyak ilmu baru.
8. Teman-teman selama masa kuliah yang tidak bisa disebutkan satu per satu, khususnya dari Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020. Terima kasih untuk selalu membantu selama masa kuliah dan berjuang bersama hingga penulisan skripsi ini.

Jakarta, 20 Juni 2024



(Nabilah Syahla Athasya)

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.4.1 Tujuan Praktis .....	10
1.4.2 Tujuan Teoritis .....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Praktis .....	10
1.5.2 Manfaat Akademis .....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Teori dan Konsep Penelitian.....	15
2.1.1 Media Baru .....	15
2.1.2 Terpaan Media .....	17
2.1.3 Kebutuhan Informasi .....	19
2.2 Teori Penelitian.....	20
2.2.1 Model Uses & Gratifications .....	20

2.3 Alur Penelitian .....	21
2.4 Perumusan Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Objek Penelitian .....	24
3.2 Jenis Penelitian .....	24
3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	25
3.4 Populasi dan Sampel .....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel .....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Kuesioner .....	28
3.5.2 Observasi .....	29
3.5.3 Studi Kepustakaan .....	29
3.6 Sumber Data .....	30
3.6.1 Data Primer .....	30
3.6.2 Data Sekunder.....	31
3.7 Metode Analisis .....	31
3.7.1 Uji Validitas .....	32
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.7.3 Uji Normalitas.....	36
3.7.4 Uji Korelasi.....	36
3.7.4 Uji Regresi Linear.....	37
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi .....	38
3.8 Pengujian Hipotesis .....	38
3.9 Jadwal Penelitian .....	38
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.2 Data Analisis Variabel X (Terpaan Media) .....	42
4.2.3 Data Analisis Variabel Y (Kebutuhan Informasi) .....	49
4.2.4 Uji Normalitas.....	58
4.2.5 Analisis Uji Korelasi.....	59
4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana .....	60
4.2.7 Uji Koefisiensi Determinasi.....	61

4.2.8 Uji Hipotesis .....	62
4.3 Analisis/Diskusi.....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran .....	73
5.2.1 Saran Praktis .....	73
5.2.2 Saran Teoritis .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Aktivitas live shopping di Shopee.....	5
---	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian .....	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X (Terpaan Media) .....	33
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y (Kebutuhan Informasi) .....	34
Tabel 3.4 Interpretasi Reliabilitas Instrumen .....	35
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X (Terpaan Media).....	36
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y (Kebutuhan Informasi) .....	36
Tabel 3.7 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 3.8 Tahapan Kegiatan dan Waktu Penulisan .....	39
Tabel 4.1 Usia Responden.....	41
Tabel 4.2 Pernyataan 1 (Dimensi Frekuensi) .....	42
Tabel 4.3 Pernyataan 2 (Dimensi Frekuensi) .....	43
Tabel 4.4 Pernyataan 3 (Dimensi Frekuensi) .....	43
Tabel 4.5 Pernyataan 4 (Dimensi Durasi) .....	44
Tabel 4.6 Pernyataan 5 (Dimensi Durasi) .....	45
Tabel 4.7 Pernyataan 6 (Dimensi Atensi).....	45
Tabel 4.8 Pernyataan 7 (Dimensi Atensi).....	46
Tabel 4.9 Pernyataan 8 (Dimensi Atensi).....	47
Tabel 4.10 Pernyataan 9 (Dimensi Atensi).....	48
Tabel 4.11 Pernyataan 10 (Dimensi Atensi).....	49
Tabel 4.12 Pernyataan 1 (Dimensi Kebutuhan Kognitif).....	49
Tabel 4.13 Pernyataan 2 (Dimensi Kebutuhan Kognitif).....	50
Tabel 4.14 Pernyataan 3 (Dimensi Kebutuhan Kognitif).....	51
Tabel 4.15 Pernyataan 4 (Dimensi Kebutuhan Afektif) .....	52
Tabel 4.16 Pernyataan 5 (Dimensi Kebutuhan Afektif) .....	52
Tabel 4.17 Pernyataan 6 (Dimensi Kebutuhan Afektif) .....	53
Tabel 4.18 Pernyataan 7 (Dimensi Kebutuhan Pribadi).....	54
Tabel 4.19 Pernyataan 8 (Dimensi Kebutuhan Pribadi).....	54
Tabel 4.20 Pernyataan 9 (Dimensi Kebutuhan Sosial).....	55
Tabel 4.21 Pernyataan 10 (Dimensi Kebutuhan Sosial).....	56
Tabel 4.22 Pernyataan 11 (Dimensi Kebutuhan Pelepasan).....	56
Tabel 4.23 Pernyataan 12 (Dimensi Kebutuhan Pelepasan) .....	57
Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.25 Tabel Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.26 Hasil Uji Korelasi.....	59
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	60
Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	61
Tabel 4.29 Hasil Uji Hipotesis .....	62

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Data platform e-commerce pilihan masyarakat Indonesia .....	2
Grafik 1.2 Data merek kosmetik lokal paling banyak digunakan di Indonesia .....	6

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi .....	78
Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	79
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing .....	80
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 5 Data Variabel X .....	85
Lampiran 6 Data Variabel Y.....	88
Lampiran 7 Hasil Analisis Uji.....	89
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin .....	93
Lampiran 9 Sertifikat .....	94
Lampiran 10 Riwayat Hidup.....	98