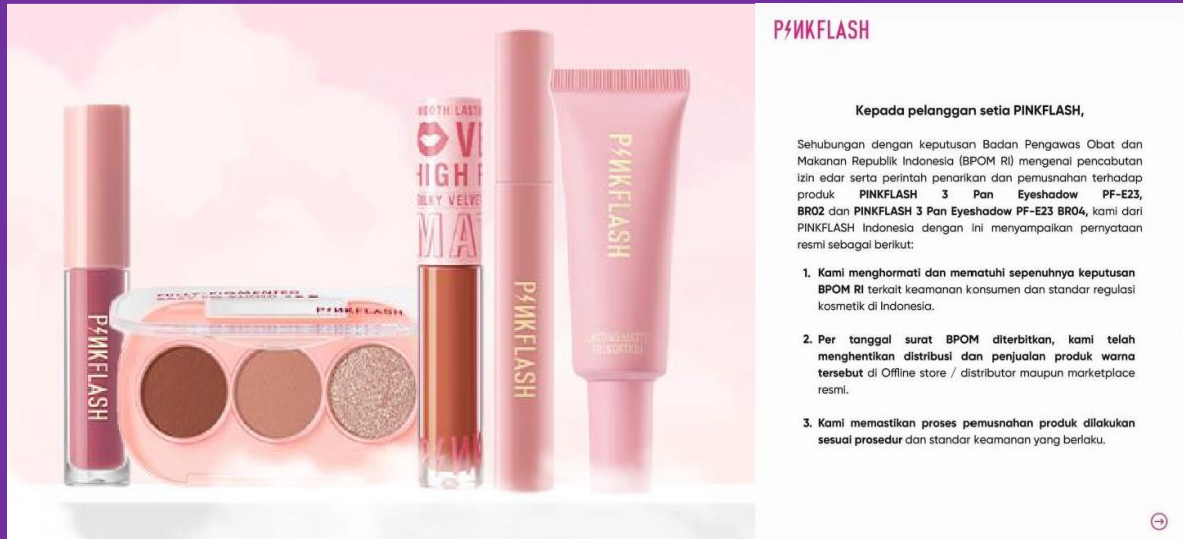




Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH PESAN KONTEN KLARIFIKASI INSTAGRAM PASCA-KRISIS PENARIKAN EYESHADOW TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN FOLLOWERS PINKFLASH COSMETICS

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

Nama : Zalicha Tafuus Nurhaliza

NIM : 2210411293



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



**PENGARUH PESAN KONTEN KLARIFIKASI INSTAGRAM PASCA-KRISIS
PENARIKAN *EYESHADOW* TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN
*FOLLOWERS PINKFLASH COSMETICS***

SKRIPSI

ZALICHA TAFUUS NURHALIZA

2210411293

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

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Zalicha Tafuus Nurhaliza

NIM : 2210411293

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, 29 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Zalicha Tafuus Nurhaliza)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Zalicha Tafuus Nurhaliza
NIM : 2210411293
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 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 PESAN KONTEN KLARIFIKASI INSTAGRAM PASCA-KRISIS PENARIKAN EYESHADOW TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN FOLLOWERS PINKFLASH COSMETICS)

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:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 3 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Zalicha Tafuus Nurhaliza)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Zalicha Tafuus Nurhaliza

NIM : 2210411293

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Konten Klarifikasi Instagram Pasca-Krisis
Penarikan *Eyeshadow* Terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers Pinkflash Cosmetics*

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 : 3 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Zalicha Tafuus Nurhaliza)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Zalicha Tafuus Nurhaliza
NIM : 2210411293
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Pesan Konten Klarifikasi Instagram Pasca-Krisis
Penarikan *Eyeshadow* Terhadap Tingkat Kepercayaan
Followers Pinkflash Cosmetics

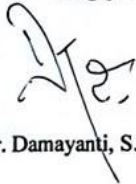
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Vina Mahdalena, S.I.Kom., M.Si)

Penguji 1



(Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Lusia Handayani, S.I.Kom., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 17 Juli 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala ridho dan izin-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pesan Konten Klarifikasi Instagram Pasca-Krisis Penarikan *Eyeshadow* Terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers Pinkflash Cosmetics*” Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari keluarga, sahabat serta orang-orang terdekat. Segala bentuk dukungan dan bantuan tersebut sangat membantu peneliti dalam menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang muncul selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, Bapak Sunaryo dan Ibu Sri Pujiati karena atas doa dan dukungan yang terus mengalir, serta selalu ada dalam proses penyusunan skripsi sehingga menjadi penyemangat bagi peneliti untuk bisa menyelesaikan tugas akhir hingga mendapat gelar sarjana.
2. Kakak-kakak saya, Mega Dewi Larasati, Adinda Maharani, dan Lingga Atha Khairunnisa yang selalu membantu, menyemangati, memberi dukungan, serta mendengarkan semua keluhan kesah peneliti selama penyusunan skripsi.
3. Kak Vina Mahdalena, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi saya yang sangat sabar dalam membimbing saya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji 1. Terima kasih atas arahan, masukan, serta bimbingannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Mba Lusya Handayani, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen penguji 2. Terima kasih atas saran dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Keponakan saya, Afnan Raffaza Alaric (berusia 3 tahun), yang selalu memberi hiburan disaat peneliti sedang lelah dan *burnout* mengerjakan skripsi.
7. Untuk para sahabat yang selalu ada “SANSACUR” tercinta. Terima kasih untuk

segala doa, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada peneliti.

8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Naufal Zhafran. Telah menjadi bagian dalam menemani proses perjuangan peneliti dalam menyusun skripsi. Kehadiran dan dukungan yang diberikan, baik dalam bentuk motivasi, menghibur, mendengarkan keluhan dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah disaat peneliti merasa putus asa hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Para responden yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian sehingga membantu kelancaran penelitian ini.

Jakarta, 27 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zalicha Tafuus Nurhaliza', with a horizontal line drawn underneath.

(Zalicha Tafuus Nurhaliza)

PENGARUH PESAN KONTEN KLARIFIKASI INSTAGRAM PASCA-KRISIS PENARIKAN *EYESHADOW* TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN *FOLLOWERS* PINKFLASH *COSMETICS*

ZALICHA TAFUUS NURHALIZA

ABSTRAK

Krisis penarikan produk merupakan salah satu bentuk krisis yang dapat mengancam kepercayaan konsumen terhadap suatu merek. Pada tahun 2024, Pinkflash *Cosmetics* menghadapi krisis setelah salah satu produk *eyeshadow* yang dipasarkan ditarik dari peredaran. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai persepsi negatif dari konsumen dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Untuk menangani krisis tersebut, Pinkflash *Cosmetics* menyampaikan berbagai pesan melalui akun Instagram @pinkflashcosmetics yang berisi informasi mengenai permasalahan yang terjadi, langkah-langkah penanganan yang dilakukan perusahaan, serta bentuk kepedulian kepada konsumen yang terdampak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh Pesan Konten Instagram sebagai Penanganan Krisis terhadap Tingkat Kepercayaan *followers* Pinkflash *Cosmetics* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Krisis Situasional yang dikemukakan oleh Timothy Coombs. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @pinkflashcosmetics. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Pesan Konten Instagram sebagai Penanganan Krisis berpengaruh terhadap Tingkat Kepercayaan Followers Pinkflash *Cosmetics* sebesar 39,6%, sedangkan 60,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa H1 diterima, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Pesan Konten Instagram sebagai Penanganan Krisis terhadap Tingkat Kepercayaan Followers Pinkflash *Cosmetics*.

Kata Kunci: Instagram, Krisis, Media Sosial, Penarikan Produk, Pesan Konten, Tingkat Kepercayaan.

THE EFFECT OF PINKFLASH COSMETICS' POST-CRISIS INSTAGRAM CLARIFICATION CONTENT ON THE TRUST LEVELS OF ITS FOLLOWERS FOLLOWING THE EYESHADOW RECALL

ZALICHA TAFUUS NURHALIZA

ABSTRACT

A product recall crisis is a type of crisis that can threaten consumer trust in a brand. In 2024, Pinkflash Cosmetics faced a crisis after one of its eyeshadow products was recalled from the market. This situation had the potential to generate various negative perceptions among consumers and erode trust in the company. To address this crisis, Pinkflash Cosmetics shared various messages through its Instagram account @pinkflashcosmetics, providing information about the issue, the steps the company took to address it, and expressions of concern for affected consumers. This study aims to determine the extent of the influence of Instagram content messages as a crisis management strategy on the level of trust among Pinkflash Cosmetics followers, using a quantitative research method with an explanatory research design. This study employs the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) proposed by Timothy Coombs. The research method used is explanatory quantitative. Primary data were collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who are followers of the @pinkflashcosmetics Instagram account. The sample size was determined using Taro Yamane's formula. The results of the coefficient of determination test indicate that Instagram content messages as a crisis management strategy account for 39.6% of the variation in the trust levels of Pinkflash Cosmetics followers, while 60.4% is influenced by other factors outside the scope of this study. Based on the results of the hypothesis test, it was found that H1 was accepted, meaning there is a significant influence of Instagram Content Messages as a Crisis Management Strategy on the Trust Level of Pinkflash Cosmetics Followers.

Keywords: Content Messages, Crisis, Instagram, Product Recalls, Social Media, Trust Levels.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
SURAT PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ixx
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	20
2.2.1 Teori Situasional Krisis	20
2.2.2 Pesan Konten.....	27
2.2.3 Media Sosial	28
2.2.4 Krisis Penarikan Produk.....	34
2.2.5 Kepercayaan	35
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40

3.1	Objek Penelitian	40
3.2	Jenis Penelitian	40
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Sumber Data	43
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	44
3.6	Definisi Operasional Variabel	44
3.7	Metode Analisis	49
3.7.1	Uji Validitas	49
3.7.2	Uji Reliabilitas	52
3.7.3	Uji Normalitas	55
3.7.4	Uji Korelasi	55
3.7.5	Uji Regresi Linear Sederhana	56
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi	57
3.7.7	Pengujian Hipotesis	57
3.8	Tabel Rencana Waktu	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	59
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden	60
4.2.2	Analisis Hasil Variabel X (Pesan Konten)	63
4.2.3	Analisis Hasil Variabel Y (Kepercayaan)	66
4.3	Analisis Penelitian	71
4.3.1	Uji Normalitas	71
4.3.2	Uji Korelasi	71
4.3.3	Uji Regresi Linear Sederhana	72
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi	74
4.3.5	Uji Hipotesis	75
4.4	Pembahasan Penelitian	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Saran Praktis.....	89
5.2.2 Saran Teoritis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Brand <i>Eyeshadow</i> Terlaris di Shopee 2025	2
Gambar 2. Daftar Produk Pinkflash yang Dicabut Tahun 2025.....	5
Gambar 3. Klarifikasi & Permintaan Maaf Pinkflash <i>Cosmetics</i>	6
Gambar 4. Model <i>Situational Crisis Communications Theory</i> (Coombs, 2007).....	21
Gambar 5. Langkah & Solusi yang Dilakukan Pinkflash <i>Cosmetics</i>	79
Gambar 6. <i>Mean</i> Terendah Dimensi <i>Instructing Information</i>	80
Gambar 7. Empati yang diberikan Pinkflash <i>Cosmetics</i>	81
Gambar 8. <i>Mean</i> Terendah Dimensi <i>Adjusting Information</i>	82
Gambar 9. Tindakan yang dilakukan Pinkflash <i>Cosmetics</i>	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Skor Skala	43
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X	51
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 6. Nilai Alpha dengan Tingkat Reliabilitas	53
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	54
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	55
Tabel 9. Tingkat Kekuatan Korelasi.....	56
Tabel 10. Rencana Waktu.....	58
Tabel 11. Kategori Interpretasi Skor <i>Mean</i>	60
Tabel 12. Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 13. Usia Responden.....	61
Tabel 14. <i>Followers</i> aktif Instagram @pinkflashcosmetics	62
Tabel 15. Pernah membeli produk 3 <i>Pan Eyeshadow Pinkflash Cosmetics</i>	62
Tabel 16. Mengetahui kasus penarikan produk 3 <i>Pan Eyeshadow Pinkflash Cosmetics</i>	63
Tabel 17. Data Deskriptif Variabel Pesan Konten	63
Tabel 18. Data Deskriptif Variabel Tingkat Kepercayaan	67
Tabel 19. Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 20. Hasil Uji Korelasi.....	72
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	73
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 23. Hasil Uji Hipotesis	75