

**HUBUNGAN AGENDA MEDIA TIKTOK *SKINCARE*
DENGAN PRIORITAS PENTINGNYA INFORMASI
KECANTIKAN**

(Studi Agenda *Setting* Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa)

SKRIPSI

Oleh :

Sekar Alesya Kusuma

201910415434



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Hubungan Agenda Media TikTok *Skincare*
Dengan Prioritas Pentingnya Informasi
Kecantikan (Studi Agenda *Setting*
Pengguna TikTok Dikalangan Mahasiswa)

Nama Mahasiswa : Sekar Alesya Kusuma

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415434

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing



Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 303077002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Agenda Media TikTok *Skincare*
Dengan Prioritas Pentingnya Informasi
Kecantikan (Studi Agenda *Setting*
Pengguna TikTok Dikalangan Mahasiswa)
Nama Mahasiswa : Sekar Alesya Kusuma
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415434
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

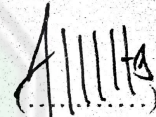
Jakarta, 09 Februari 2023

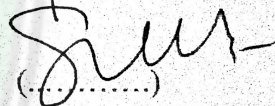
MENGESAHKAN,

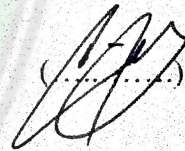
Ketua Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0329068301

Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 303077002

Sekretaris Penguji : Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom
NIDN. 0713129301


(.....)

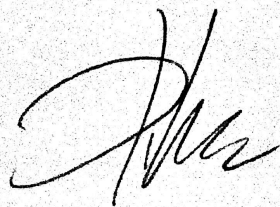

(.....)


(.....)

MENGETAHUI,

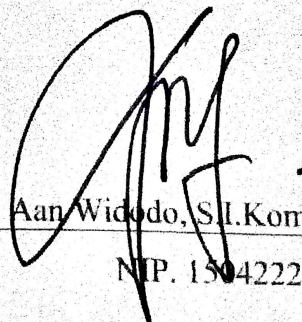
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Hubungan Agenda Media TikTok Skincare Dengan Prioritas Pentingnya Informasi Kecantikan (Studi Agenda Setting Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa)*, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Sekar Alesya Kusuma

201910415434

ABSTRAK

Sekar Alesya Kusuma, 201910415434. Hubungan Agenda Media TikTok *Skincare* Dengan Prioritas Pentingnya Informasi Kecantikan (Studi Agenda *Setting* Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa).

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penggunaan media sosial khususnya TikTok yang banyak digunakan dari segi pemanfaatannya melalui fitur-fiturnya yang beraneka macamnya dan menarik. Hasil tinjauan yang dikemukakan Sitaresti dalam webinarnya, sebanyak 70% pengguna media sosial TikTok di Indonesia yang mulai tertarik akan konten video pada kategori kecantikan. Penelitian ini dilakukan untuk mencari korelasi prioritas pentingnya pesan kecantikan pada *skincare* yang terdapat pada konten TikTok dikalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan teori agenda *setting* dari McCombs dan Shaw dengan metode survei dan pengisian kuesioner. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quota sampling* dengan 150 orang sebagai responden. Pengumpulan data yang digunakan adalah data primer (angket dan kuesioner) dan data sekunder (bahan bacaan tambahan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Media dan Prioritas Pentingnya Pesan memiliki korelasi dilihat dari nilai sig. adalah $0,000 < 0,1348$, yang berarti $r_{hitung} < r_{tabel}$. Dilihat dari pedoman derajat hubungan untuk variabel Prioritas Pentingnya Pesan adalah 0,630, berarti tingkat hubungan Media dengan Prioritas Pentingnya Pesan masuk kategori korelasi kuat dan berhubungan secara positif.

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Prioritas Pentingnya Informasi Kecantikan

ABSTRACT

Sekar Alesya Kusuma, 201910415434. *The Relationship Between the TikTok Skincare Media Agenda and the Priority of the Importance of Beauty Information (Study of the Agenda Setting of TikTok Users among Students).*

This research was conducted based on the use of social media, especially TikTok which is widely used in terms of its utilization through its various and interesting features. The results of the review presented by Sitaresti in her webinar show that as many as 70% of TikTok social media users in Indonesia are starting to be interested in video content in the beauty category. This research was conducted to find priority correlations to the importance of beauty messages in skincare contained in TikTok content among Bhayangkara University students. This research is a quantitative study, using agenda setting theory from McCombs and Shaw with survey methods and filling out questionnaires. The sampling technique used in this study was quota sampling with 150 people as respondents. The data collection used is primary data (questionnaire and questionnaire) and secondary data (additional reading material). The results of this study indicate that the variables Media and Priority Importance of Messages have a correlation seen from the sig value. is $0.000 < 0.1348$, which means $r_{count} < r_{table}$. Judging from the guidelines for the degree of relationship for the variable Priority Importance of Messages is 0.630, it means that the level of relationship between Media and Priority Importance of Messages is in the category of strong correlation and positively related.

Keywords: *Social Media, TikTok, Prioritizing the Importance of Beauty Information*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul **"HUBUNGAN AGENDA MEDIA TIKTOK *SKINCARE* DENGAN PRIORITAS PENTINGNYA INFORMASI KECANTIKAN (Studi Agenda *Setting* Pengguna TikTok Di Kalangan Mahasiswa)"** berhasil diselesaikan oleh penulis dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak terutama kedua orang tua tercinta, Bapak Ary Kusuma Mochammad dan Ibu Umiarsih yang tiada henti mendo'akan penulis.

Penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dari beberapa pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
4. Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing;
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
6. Teman-teman penulis dan responden dalam proses penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat-Nya dan membalas amal kebaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir penulisan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 09 Februari 2023



Sekar Alesya Kusuma

201910415434

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Konsep.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2.1 Definisi Strategi.....	15
2.2.2.2 Strategi Pemasaran.....	16
2.2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3 Sosial Media Marketing.....	17
2.2.4 Media Sosial Tiktok.....	19
2.2.4.1 Definisi Tiktok.....	19

2.2.4.2	Fitur-Fitur Tiktok	22
2.3	Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	27
3.2	Jenis Penelitian	27
3.3	Metode Penelitian	28
3.4	Subjek & Objek Penelitian	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.1	Observasi	29
3.5.2	Wawancara	29
3.5.3	Dokumentasi	30
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Keabsahan Data	31
3.8	Triangulasi sumber data	32
3.9	Waktu & Tempat Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1	Gambaran umum Jims Honey	33
4.1.1	Sejarah Jims Honey	33
4.1.2	Visi & Misi Jims Honey	34
4.1.3	Struktur Organisasi Jims Honey	35
4.2	Kegiatan Observasi & Dokumentasi	36
4.3	Deskripsi Informan & Key Informan	41
4.4	Hasil Penelitian Wawancara	42
4.4.1	Reduksi 1 Strategi Komunikasi Pemasaran	42
4.4.2	Reduksi 2 Proses Komunikasi	42
4.4.3	Reduksi 3 Strategi Mempertahankan Konsumen	43
4.4.4	Reduksi 4 Pengaruh Influencer	44
4.4.5	Reduksi 5 Peningkatan Penjualan	44
4.5	Pembahasan	45

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	49
5.2.1	Saran Konseptual.....	49
5.2.2	Saran Praktis.....	49
5.2.3	Saran Bagi Peneliti Berikutnya.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 Media Sosial	12
2.2.2 TikTok.....	14
2.2.3 <i>Skincare</i>	15
2.3 Kerangka Teori.....	16
2.3.1 Teori Agenda <i>Setting</i>	16

2.4	Kerangka Berpikir	21
2.5	Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Metode Penelitian.....	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1	Data Primer.....	27
3.4.2	Data Sekunder.....	27
3.5	Korelasi.....	27
3.5.1	Uji Korelasi	27
3.5.2	Uji Validitas.....	29
3.5.3	Uji Reliabilitas	30
3.5.4	Uji Hipotesis	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Analisis Deskriptif	34
3.6.2	Analisis Jawaban Responden.....	34
3.7	Operasionalisasi Konsep.....	35
3.7.1	Instrumen Penelitian	35
3.7.2	Kisi-kisi Instrumen.....	37
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.8.1	Lokasi Penelitian.....	40
3.8.2	Waktu Penelitian.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....		41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Deskripsi Subjek Penelitian.....	41
4.1.2	Agenda Media TikTok.....	42
4.1.3	Prioritas Pentingnya Pesan Mahasiswa	42

4.2	Analisis Penelitian	43
4.2.1	Karakteristik Responden	43
4.2.2	Hasil Penelitian	44
4.3	Uji Instrumen	62
4.3.1	Uji Korelasi	62
4.3.2	Uji Validitas.....	65
4.3.3	Uji Reliabilitas	67
4.4	Uji Normalitas.....	68
4.5	Uji Linearitas.....	69
4.6	Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	70
4.7	Uji Regresi Linear Sederhana	71
4.8	Uji T.....	71
4.9	Uji Hipotesis	72
4.9.1	Pertanyaan Hipotesis	72
4.9.2	Uji Persamaan Regresi	73
4.10	Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2	Instrumen Variabel X	37
Tabel 3.3	Instrumen Variabel X	38
Tabel 3.4	Instrumen Variabel Y	39
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2	Rekapitulasi Perhatian	44
Tabel 4.3	Pernyataan X1	45
Tabel 4.4	Pernyataan X2	45
Tabel 4.5	Pernyataan X3	46
Tabel 4.6	Pernyataan X4	47
Tabel 4.7	Pernyataan X5	47
Tabel 4.8	Pernyataan X6	48
Tabel 4.9	Rekapitulasi Durasi	49
Tabel 4.10	Pernyataan X7	49
Tabel 4.11	Rekapitulasi Frekuensi	49
Tabel 4.12	Pernyataan X8	50
Tabel 4.13	Rekapitulasi Penghayatan.....	50
Tabel 4.14	Pernyataan X9	51
Tabel 4.15	Rekapitulasi.....	51
Tabel 4.16	Pernyataan X1	52
Tabel 4.17	Pernyataan X2	52
Tabel 4.18	Pernyataan X3	53
Tabel 4.19	Pernyataan X4	54
Tabel 4.20	Pernyataan X5	54
Tabel 4.21	Pernyataan X6	55
Tabel 4.22	Pernyataan X7	56
Tabel 4.23	Pernyataan X8	56
Tabel 4.24	Rekapitulasi.....	57

Tabel 4.25	Pernyataan Y1	58
Tabel 4.26	Pernyataan Y2	58
Tabel 4.27	Pernyataan Y3	59
Tabel 4.28	Pernyataan Y4	60
Tabel 4.29	Pernyataan Y5	60
Tabel 4.30	Pernyataan Y6	61
Tabel 4.31	Pernyataan Y7	62
Tabel 4.32	Korelasi.....	64
Tabel 4.33	Hasil Uji Validasi Aktivitas Penggunaan TikTok menurut Ajzen.....	66
Tabel 4.34	Hasil Uji Validasi Aktivitas Penggunaan TikTok.....	66
Tabel 4.35	Hasil Uji Validasi Prioritas Pentingnya Pesan	66
Tabel 4.36	Hasil Uji Validasi Aktivitas Penggunaan Media	68
Tabel 4.37	Hasil Uji Validasi Prioritas Pentingnya Pesan	68
Tabel 4.38	Hasil Uji Linearitas	70
Tabel 4.39	Hasil Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.40	Hasil Regresi Linear Sederhana	71
Tabel 4.41	Uji T.....	72
Tabel 4.42	Uji Persamaan Regresi <i>Coefficient</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Statistik 8 Negara Pengguna Aktif TikTok	2
Gambar 1.2	Pengguna Aktif TikTok Berdasarkan Usia.....	4
Gambar 1.3	Isu Agenda Publik dan Media.....	7
Gambar 1.4	Analisis Isi <i>Influencer</i> Informasi Kecantikan	7
Gambar 4.1	Logo TikTok.....	41
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P Plot	69



DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	20
------------	-------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran II : Data Total Mahasiswa
- Lampiran III : *Output SPSS*
- Lampiran IV : Kartu Bimbingan
- Lampiran V : Form Perbaikan

