

**GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM TASYA  
FARASYA DALAM AKTIVITAS *ENDORSEMENT*  
*SKINCARE* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Aznan Fahmi**

**201910415177**



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

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Selebgram Tasya Farasya dalam  
Aktivitas *Endorsement Skincare* Di Media Sosial  
Instagram.

Nama Mahasiswa : Aznan Fahmi  
Nomor Induk Mahasiswa : 201910415177  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Tri Alida Apriliانا, S.IP, M.I.Kom.  
NIDN 0322048204

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Selebgram Tasya Farasya Dalam Aktivitas *Endorsement* Produk *Skincare* Di Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Aznan Fahmi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415177

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si.  
0309059203

Penguji : Tri Alida Apriliana, S.Ip., M.Ikom.  
0322048204

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.Ikom  
0319048601

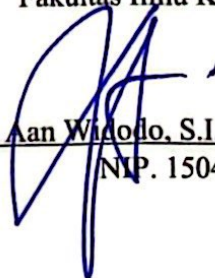
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.  
NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Gaya Komunikasi Selebgram Tasya Farasya dalam Aktivitas *Endorsement* Produk *Skincare* di Media Sosial Instagram”

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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat ini, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang ada.

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjam dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Saya juga 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, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



**Aznan Fahmi**

NPM : 201910415177

## ABSTRAK

**Aznan Fahmi, 201910415177.** Gaya Komunikasi Selebgram Tasya Farasya dalam Aktivitas *Endorsement Skincare* di Media Sosial Instagram.

Media sosial digunakan oleh banyak orang dengan berbagai kebutuhan. Salah satunya media sosial Instagram. Media sosial Instagram kini banyak digunakan oleh *online shop* untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa dengan menggunakan jasa *selebgram* sebagai alat strategi promosinya. Selebgram atau selebritis Instagram adalah sebutan kepopuleran yang dimiliki seseorang, ditandai dengan mempunyai banyak *followers* atau pengikut di akun media sosial Instagram. Seorang selebgram bekerja untuk memasarkan sebuah produk dan mellihatkan berbagai macam manfaat, fungsi, keindahan produk yang disajikannya, kegiatan tersebut bias dikenal dengan *endorsement*. Bertambahnya selebgram di media sosial Instagram mendorong selebgram untuk mampu menciptakan kemenarikan tersendiri, salah satu hal yang dapat membedakan selebgram satu dengan lainnya yaitu cara dia berkomunikasi atau yang biasa dikenal dengan gaya komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gaya komunikasi yang digunakan selebgram @tasyafarasya dalam aktivitas *endorsement*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menemukan selebgram @tasyafarasya menggunakan beberapa gaya komunikasi dalam konten *endorsement* menurut Norton, diantaranya gaya komunikasi terbuka, gaya komunikasi berkesan dan gaya komunikasi bersahabat.

**Kata Kunci :** Media sosial, instagram, selebgram, Tasya Farasya, *endorsement*, deskriptif kualitatif, gaya komunikasi, aspek-aspek gaya komunikasi.

## **ABSTRACT**

**Aznan Fahmi, 201910415177.** *Communication Style of Selebgram Tasya Farasya in Skincare Endorsement Activities on Social Media Instagram.*

*Social media is used by many people with various needs. One of them is Instagram social media. Instagram social media is now widely used by online shops to market a product or service by using celebrity services as a promotional strategy tool. Selebgram or Instagram Celebrity is the name of popularity that someone has, marked by having many followers or followers on Instagram social media accounts. A celebgram works to market a product and see the various benefits, functions, beauty of the product it presents, this activity can be known as an endorsement. The increase in celebrity on Instagram social media encourages celebrity to be able to create its own attractiveness, one of the things that can differentiate a celebrity from one another is the way he communicates or what is commonly known as the style of communication. This study aims to look at the communication style used by program celebrity @tasyafarasya in endorsement activities. The method used in this research is qualitative with a descriptive approach. This study found that celebrity program @tasyafarasya uses several communication styles in endorsement content according to Norton, including open communication styles, memorable communication styles and friendly communication styles.*

**Keyword :** *Social Media, instagram, Tasya Farasya, endorsement, descriptive qualitative, communication style, aspect-aspect communication style.*



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah S.W,T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya Kepada Kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM TASYA FARASYA DALAM AKTIVITAS *ENDORSEMENT* PRODUK *SKINCARE* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan progrm Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentunya Skripsi ini dibuat dengan doa dan dukungan orang tua tercinta, yaitu Ibu Niella Arnilla, Bapak Dede.Kusnadi, Ibu Kartini dan Bapak Ibnu Ridwan

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., 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 ketua program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Tri Alida Apriliana, S.Ip., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing serta Dosen Pembimbing Akademik peneliti pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Orang Tua, Abang, Nenek serta keluarga yang memberikan dukungan penuh, do'a, nasehat dan kesabaran yang luar biasa kepada saya. Saya harap bisa memberikan dampak positif kepada sekeliling Saya.
7. Teman terdekat saya Bimo, Reja Dapa, Biya, Repina, Putri, Yudhis, Lisa Amelisa, Shahab, Nadiot, Ayara yang telah bersama dan memberikan dukungan diluar perkuliahan saya.

8. Terima kasih Anissya Rachee yang selalu saya reportkan dalam mengerjakan penelitian ini.
9. Lidyakur, Andika, Kuy Terus, Setu Asoy, Ayara serta teman kampus lainnya yang sudah menemani saya se-masa perkuliahan, baik di kala senang maupun sedih.
10. Aznan Fahmi yang tetap bertahan dan sanggup melewati berbagai ujian dunia.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Amiin.

Jakarta, 01 Agustus 2023



**Aznan Fahmi**





# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</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 BAGAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Secara Teoritis.....	10
1.5.2 Secara Praktis.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kerangka Konsep.....	15
2.2.1 Media Sosial.....	15
2.2.1.1 Manfaat Media Sosial Sebagai Media Promosi.....	16
2.2.2 Instagram.....	18
2.2.2.1 Pengertian Instagram.....	18
2.2.2.2 Penggunaan Key Opinion Leader (KOL) atau Selebgram sebagai Media Promosi di Instagram.....	19
2.2.3 Gaya Komunikasi.....	22
2.2.3.1 Jenis Gaya Komunikasi.....	24
2.2.3.2 Aspek – Aspek Gaya Komunikasi.....	27

ix

2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	30
3.2 Jenis Penelitian .....	30
3.3 Metode Penelitian .....	31
3.4 Objek dan Subjek.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5.1 Dokumentasi.....	32
3.5.2 Observasi .....	33
3.6 Teknik Analisis Data .....	34
3.7 Triangulasi Data.....	34
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.1.2 Profile Informan .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	41
4.2.1 Konten <i>Skincare</i> Instagram @tasyafarasya.....	42
4.2.2 Latar Belakang Selebgram Tasya Farasya .....	45
4.2.3 Klasifikasi Gaya Komunikasi.....	46
4.3 Pembahasan Penelitian .....	57
4.3.1 Tiga Konsep Gaya Komunikasi Norton.....	58
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
5.2.1 Saran Akademis.....	65
5.2.2 Saran Praktis.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial dalam goodstates.id .....	1
Gambar 1.2 Konten <b>Review</b> Produk dalam Instagram @tasyafarasya .....	6
Gambar 1.3 Konten Pada Instagram @tasyafarasya .....	8
Gambar 1.4 Instagram <i>Story</i> @tasyafarasya dalam endorsement salah satu produk <i>skincare</i> masker skintific .....	9
Gambar 4.1 <i>Profile</i> Instagram @tasyafarasya .....	37
Gambar 4.2 <i>Feeds</i> instagram @tasyafarasya .....	38
Gambar 4.3 Komentar pada akun instagram @tasyafarasya .....	46
Gambar 4.4 Konten endorsement <i>skincare</i> masker mugwort melalui instagram story @tasyafarasya.....	47
Gambar 4.5 Konten endorsement <i>skincare</i> serum garnier melalui <i>feeds</i> instagram @tasyafasya.....	48
Gambar 4.6 Komentar pada konten endorsement <i>skincare</i> garnier dalam <i>feeds</i> instagram @tasyafarasya.....	49
Gambar 4.7 Konten endorsement <i>skincare</i> scarlet <i>facemist</i> melalui story instagram @tasyafarasya .....	50
Gambar 4.8 Konten endorsement <i>skincare moisturizer</i> skintific melalui <i>feeds</i> instagram@tasyafarasya.....	51
Gambar 4.9 Video testimonial penggunaan <i>moisturizer</i> skintific dalam instagram @tasyafarasya.....	52
Gambar 4.10 Konten endorsement <i>skincare</i> serum ponds dalam <i>reels</i> Instagram @tasyafarasya.....	53
Gambar 4.11 Testimoni penggunaan <i>skincare</i> serum ponds oleh team dalam instagram @tasyafarasya .....	54

Gambar 4.12 Konten endorsement *skincare* something dalam *reels* Instagram @tasyafarasya.....55

Gambar 4.13 Komentar pada konten endorsement *skincare* something dalam *reels* instagram @tasyafarasya.....56



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Tabel Informan .....	40
Tabel 4.2 Konten <i>Endorsement Skincare</i> Instagram @tasafarasya .....	42



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir ..... 28



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Daftar Riwayat Hidup
2. Lampiran Pedoman Observasi
3. Lampiran Pedoman Wawancara
4. Lampiran Transkrip Wawancara
5. Lampiran Reduksi Wawancara
6. Lampiran Dokumentasi
7. Lampiran Kartu Bimbin



