

**PENGARUH KREDIBILITAS DAN KECAKAPAN
KOMUNIKASI DARI BEAUTY INFLUENCER
@HANUMMEGAA TERHADAP REFERENSI
KECANTIKAN PADA PENGIKUTNYA DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

OLEH :

PUSPITA DWI INDAH PRATIWI

201710415156



**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

**PENGARUH KREDIBILITAS DAN KECAKAPAN
KOMUNIKASI DARI BEAUTY INFLUENCER
@HANUMMEGAA TERHADAP REFERENSI
KECANTIKAN PADA PENGIKUTNYA DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

OLEH :

PUSPITA DWI INDAH PRATIWI

201710415156



**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Dan Kecakapan Komunikasi Dari Beauty Influencer @Hanummegaa Terhadap Referensi Kecantikan Pada Pengikutnya Di Instagram

Nama Mahasiswa : Puspita Dwi Indah Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415156

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Jakarta, 30 November 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0318087603

Pembimbing II



Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0306046603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Dan Kecakapan Komunikasi
Dari Beauty Influencer @Hanummegaa Terhadap
Referensi Kecantikan Pada Pengikutnya Di
Instagram

Nama Mahasiswa : Puspita Dwi Indah Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415156

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 16 November 2021

Jakarta, 30 November 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji

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

NIDN. 0303077002

Penguji I

: Metha Madonna S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0318087603

Penguji II

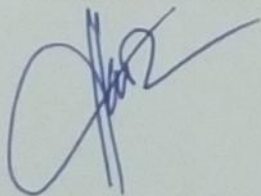
: Imaddudin M.I.Kom

NIDN. 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

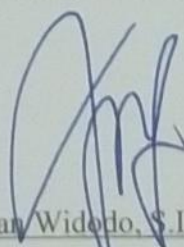


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP. 150422

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi dari *Beauty Influencer* @hanummegaa Terhadap Referensi Kecantikan Pada Pengikutnya di 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 sesuai dengan kaidah penulisan karya 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, 30 November 2021

Yang membuat pernyataan,

Puspita Dwi Indah Pratiwi

201710415156

ABSTRAK

Puspita Dwi Indah Pratiwi, 201710415156. PENGARUH KREDIBILITAS DAN KECAKAPAN KOMUNIKASI DARI BEAUTY INFLUENCER @HANUMMEGAA TERHADAP REFERENSI KECANTIKAN PADA PENGIKUTNYA DI INSTAGRAM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Hanum Mega sebagai *beauty influencer* pada referensi kecantikan para pengikutnya di instagram. Hal ini berkaitan dengan kredibilitas dan kecakapan dalam berkomunikasi yang dimiliki Hanum Mega sebagai *beauty influencer* dalam memberikan informasi mengenai kecantikan pada pengikutnya di instagram. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teori kredibilitas sumber. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyiapkan serta menyebarkan kuisioner kepada 400 responden, mengkode data, kemudian tabulasi. Hasil pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) hasil koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai sebesar 0,822 yang menunjukkan besar pengaruh kredibilitas (X1) dan kecakapan komunikasi (X2) dari *beauty influencer* Hanum Mega terhadap Referensi Kecantikan pada pengikutnya di Instagram (Y) sebesar 82,2%. 2) Hasil dari uji parsial variabel kredibilitas Hanum Mega menghasilkan nilai t hitung sebesar 37.982 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 3) Hasil dari uji parsial variabel kecakapan komunikasi Hanum Mega menghasilkan nilai t hitung sebesar 2.654 dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$.

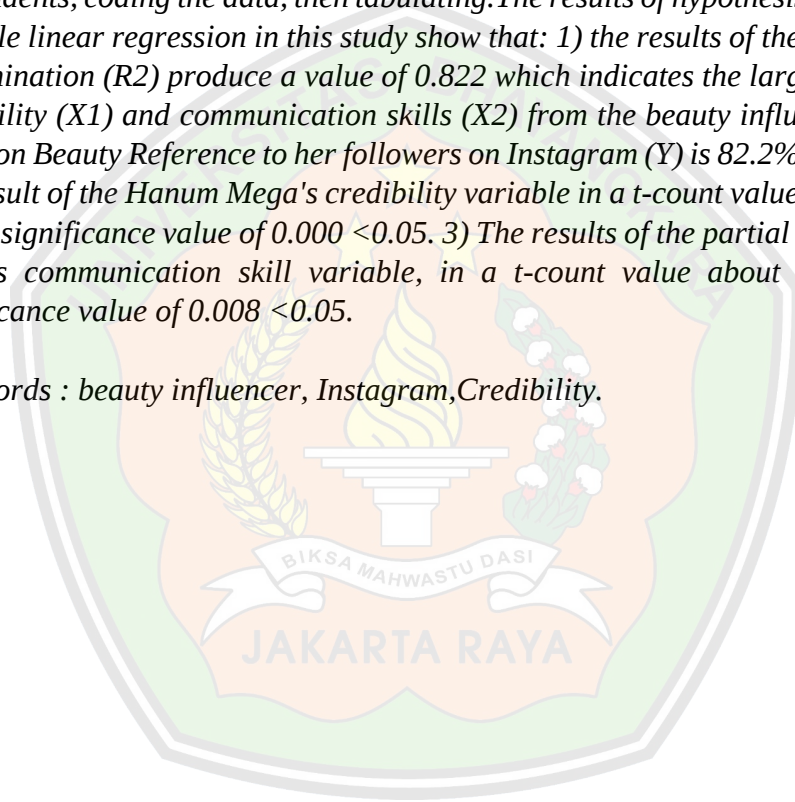
Kata Kunci : *beauty influencer*, Instagram, Kredibilitas.

ABSTRACT

Puspita Dwi Indah Pratiwi, 201710415156. *The Effect of Credibility And Communication Skills From Beauty Influencer @hanummegaa For The Beauty References to Her Followers on Instagram.*

This study aims to determine the effect of Hanum Mega as a beauty influencer for the beauty references to her followers on instagram. It is related to the credibility and communication skills that Hanum Mega has as a beauty influencer in providing information about beauty to her followers on Instagram. This research method is a quantitative research method with source credibility theory. The techniques of data collection in this study are by preparing and distributing questionnaires to 400 respondents, coding the data, then tabulating. The results of hypothesis testing using multiple linear regression in this study show that: 1) the results of the coefficient of determination (R^2) produce a value of 0.822 which indicates the large influence of credibility (X_1) and communication skills (X_2) from the beauty influencer Hanum Mega on Beauty Reference to her followers on Instagram (Y) is 82.2%. 2) the partial test result of the Hanum Mega's credibility variable in a t-count value about 37.982 with a significance value of $0.000 < 0.05$. 3) The results of the partial test of Hanum Mega's communication skill variable, in a t-count value about 2,654 with a significance value of $0.008 < 0.05$.

Key words : beauty influencer, Instagram, Credibility.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puja dan puji saya haturkan kepada Allah SWT atas segala karunia-nya yang telah memberikan kemampuan bagi penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kredibilitas dan Kecakapan Komunikasi dari Beauty Influencer @Hanummegaa Terhadap Referensi Kecantikan Pada Pengikutnya di Instagram”.

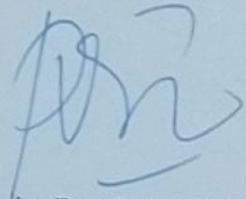
Penulis sangat berterima kasih kepada Allah SWT, Kedua orangtua serta keluarga penulis yang telah memberikan dorongan terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat serta rasa terimakasih kepada pihak lain, diantaranya :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) 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. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom.,M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Metha Madonna S.Sos, M.I.Kom selaku Pembimbing I Proposal Skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Tabrani Sjafrizal S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing II Proposal Skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom Selaku Ketua Tim Penguji yang membantu penulis menemukan referensi dalam menyempurnakan penelitian.
7. Bapak Imaddudin, M.I.Kom selaku Penguji II, yang sangat membantu penulis dalam mengembangkan penelitian ini.

8. Ayu Marandita, Shilkha Fitriyani, dan Alifani Juliantika serta teman-teman lainnya yang selalu membantu penulis dalam berdiskusi serta selalu memberikan motivasi kepada penulisa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kata sempurna. Sehingga penulis sangat mengharapkan kritis serta saran yang membangun dari pembaca sekalian.

Jakarta, 30 November 2021



Puspita Dwi Indah Pratiwi

NPM 201710415156



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Identifikasi Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kerangka Teori	8
2.3 Kerangka Konsep.....	9

2.3.1	Komunikasi.....	9
2.3.2	Komunikasi Massa.....	11
2.3.3	Media Massa	12
2.3.4	Media Online	12
2.3.5	Media Sosial.....	13
2.3.6	Instagram	14
2.3.7	Beauty Influencer	16
2.3.8	Kemampuan Komunikasi.....	21
2.3.9	Referensi Kecantikan.....	23
2.4	Kerangka Pemikiran.....	25
2.5	Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1	Paradigma Penelitian	27
3.2	Jenis Penelitian.....	27
3.3	Metodologi Penelitian.....	27
3.4	Variabel Penelitian.....	28
3.4.1	Operasional Variabel Bebas.....	28
3.4.2	Operasional Variabel Terikat.....	28
3.5	Populasi dan Sampel	30
3.5.1	Populasi.....	30
3.5.2	Sampel	30
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1	Data Primer dan Sekunder	31
3.6.2	Studi Pustaka.....	32
3.7	Skala Pengukuran.....	32
3.8	Validitas dan Reliabilitas	33
3.8.1	Validitas	33

3.8.2	Reliabilitas	34
3.9	Teknik Analisis Data.....	35
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.10	Pengujian Asumsi Klasik.....	35
3.10.1	Uji Normalitas Data	35
3.10.2	Uji Multikolineritas.....	36
3.10.3	Uji Heterokedastisitas	36
3.11	Uji Hipotesis	36
3.11.1	Uji Parsial (<i>t-test</i>).....	36
3.11.2	Uji Simultan (<i>F-test</i>)	37
3.11.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.12	Lokasi dan Waktu	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Profil Hanum Mega.....	39
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2.2	Hasil Uji Instrumen.....	41
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.2.5	Analisis Hasil Penelitian	49
4.3	Frekuensi Jawaban Kuisisioner	51
4.3.1	Dimensi Kepercayaan pada Variabel X1	51
4.3.2	Dimensi Keahlian pada Variabel X1	53
4.3.3	Dimensi Daya Tarik pada Variabel X1.....	55
4.3.4	Dimensi Penghargaan pada Variabel X1	57
4.3.5	Dimensi Kesamaan pada Variabel X1	59
4.3.6	Dimensi Kemampuan Komunikasi pada Variabel X2	61

4.3.7	Dimensi Informasi Tentang Kecantikan pada Variabel Y	67
4.4	Pembahasan.....	77
4.4.1	Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Hanum Mega terhadap Referensi Kecantikan	78
4.4.2	Pengaruh Kecakapan Komunikasi Beauty Influencer Hanum Mega terhadap Referensi Kecantikan.....	80
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia Periode Januari 2020 (We Are Social X Hootsuite).....	2
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Lasswell.....	10
Gambar 2. 2 Usia pengguna instagram di Indonesia Goodnewsfromindonesia. ...	15
Gambar 2.3 Profil Instagram @hanummegaa.....	17
Gambar 2.4 Tips menggunakan pewarna bibir oleh Hanum.....	17
Gambar 2.5 Konten interaksi Hanum.	18
Gambar 2.6 Postingan review oleh Hanum.....	18
Gambar 2.7 Proses perekaman dan pemotretan konten.	19
Gambar 2.8 Proses mereview produk	19
Gambar 2.9 Tutorial penggunaan produk kecantikan untuk anak sekolah	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae (CV)

Lampiran 2 Hasil Pengujian

Lampiran 3 Surat Pengantar

Lampiran 4 Kartu Bimbingan



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	33
Tabel 3. 3 Tabel Nilai Koefisien Asosiasi (Sumber : Kriyantono, 2006)	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Item Variabel X1.....	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Item Variabel X2.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Item Variabel Y.....	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	45
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	48
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Berganda	49
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi R^2	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Variabel X1 Kredibilitas Beauty Influencer Hanum Mega terhadap Referensi Kecantikan	50
Tabel 4. 16 Hasil Uji Variabel X2 Kemampuan Komunikasi Hanum Mega terhadap Referensi Kecantikan	51
Tabel 4. 17 Frekuensi Jawaban X1_1	51
Tabel 4. 18 Frekuensi Jawaban X1_2	52

Tabel 4. 19 Frekuensi Jawaban X1_3	52
Tabel 4. 20 Frekuensi Jawaban X1_4	53
Tabel 4. 21 Frekuensi Jawaban X1_5	54
Tabel 4. 22 Frekuensi Jawaban X1_6	54
Tabel 4. 23 Frekuensi Jawaban X1_7	55
Tabel 4. 24 Frekuensi Jawaban X1_8	55
Tabel 4. 25 Frekuensi Jawaban X1_9	56
Tabel 4. 26 Frekuensi Jawaban X1_10	56
Tabel 4. 27 Frekuensi Jawaban X1_11	57
Tabel 4. 28 Frekuensi Jawaban X1_12	58
Tabel 4. 29 Frekuensi Jawaban X1_13	58
Tabel 4. 30 Frekuensi Jawaban X1_14	59
Tabel 4. 31 Frekuensi Jawaban X1_15	60
Tabel 4. 32 Frekuensi Jawaban X1_16	60
Tabel 4. 33 Frekuensi Jawaban X2_1	61
Tabel 4. 34 Frekuensi Jawaban X2_2	61
Tabel 4. 35 Frekuensi Jawaban X2_3	62
Tabel 4. 36 Frekuensi Jawaban X2_4	63
Tabel 4. 37 Frekuensi Jawaban X2_5	63
Tabel 4. 38 Frekuensi Jawaban X2_6	64
Tabel 4. 39 Frekuensi Jawaban X2_7	64
Tabel 4. 40 Frekuensi Jawaban X2_8	65
Tabel 4. 41 Frekuensi Jawaban X2_9	65
Tabel 4. 42 Frekuensi Jawaban X2_10	66
Tabel 4. 43 Frekuensi Jawaban X2_11	66

Tabel 4. 44 Frekuensi Jawaban Y1	67
Tabel 4. 45 Frekuensi Jawaban Y2	68
Tabel 4. 46 Frekuensi Jawaban Y3	68
Tabel 4. 47 Frekuensi Jawaban Y4	69
Tabel 4. 48 Frekuensi Jawaban Y5	70
Tabel 4. 49 Frekuensi Jawaban Y6	70
Tabel 4. 50 Frekuensi Jawaban Y7	71
Tabel 4. 51 Frekuensi Jawaban Y8	72
Tabel 4. 52 Frekuensi Jawaban Y9	72
Tabel 4. 53 Frekuensi Jawaban Y10	73
Tabel 4. 54 Frekuensi Jawaban Y11	74
Tabel 4. 55 Frekuensi Jawaban Y12	74
Tabel 4. 56 Frekuensi Jawaban Y13	75
Tabel 4. 57 Frekuensi Jawaban Y14	76
Tabel 4. 58 Frekuensi Jawaban Y15	76

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25

