

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK
SCARLETT WHITENING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI
MAHASISWA FISIP UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :
Davandra Nuri Mevia Grahadi
NBI. 1151800147

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK
SCARLETT WHITENING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA FISIP UNTAG**

SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Davandra Nuri Mevia Grahadi

1151800147

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama
Nbi
Judul


Davandra Nuri Mevia Grahadi
1151800147


**PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK SCARLETT
WHITENING PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA FISIP
UNTAG SURABAYA**

Surabaya, 3 Juli 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
20130880165

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 3 Juli 2023

Dosen Penguji,

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Ketua



Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA

Anggota 1



Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota 2



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Davandra Nuri Mevia Grahadi
NBI : 1151800147
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Produk Scarlett Whitening
Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli
Mahasiswa Fisip UNTAG Surabaya

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023
Yang Membuat Pernyataan



Davandra Nuri Mevia Grahadi
NBI-1151800147



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYATLP. 031 593 1800
(EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Davandra Nuri Mevia Grahadi**
NBI : **1151800147**
Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Terpaan Iklan Scarlett Whitening Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fisip UNTAG Surabaya”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Nonexclusive Royalty-Free Right**), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Davandra Nuri Mevia Grahadi
NBI. 1151800147

ABSTRAK

Dengan adanya aplikasi Tiktok yang sedang ramai digunakan saat ini, Hampir di seluruh dunia pun menggunakan aplikasi Tiktok. Keuntungan dalam menggunakan aplikasi tersebut, yakni iklan yang dimanfaatkan oleh para wirausahawan untuk mempromosikan produknya, Salah satunya iklan dari Scarlett Whitening. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui adanya pengaruh terpaan iklan Scarlett Whitening di Tiktok terhadap minat beli dan seberapa besar pengaruh terpaan iklan Scarlett Whitening di Tiktok terhadap minat beli mahasiswa fisip UNTAG Surabaya angkatan 2018 dengan teori S-R. Terpaan iklan Scarlett Whitening di Tiktok memiliki pengaruh besar terhadap minat beli mahasiswa fisip UNTAG Surabaya. Hasil dari penelitian didapatkan dari analisa statistik yaitu pengaruh sebesar 64,7% sedangkan sisanya sebesar 35,3% yang merupakan faktor lain yang mempengaruhi selain terpaan iklan. Hasil dari uji t_{tabel} masing-masing sub kategori frekuensi, intensitas dan durasi adalah 3.905, 3.511, dan 2.782 yang berarti hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Tiktok, Scarlett Whitening, Minat Beli

ABSTRACT

With the existence of the TikTok application, which is currently widely used, it is being used all over the world. The advantage of using this application is the advertising utilized by entrepreneurs to promote their products, including the advertisements from Scarlett Whitening. This research aims to determine the influence of Scarlett Whitening advertising exposure on TikTok on the purchasing interest and the extent of the influence of Scarlett Whitening advertising exposure on TikTok on the purchasing interest of the 2018 cohort of Social and Political Science (FISIP) students at UNTAG Surabaya. The theory used in this research is the S-R theory. The exposure to Scarlett Whitening advertising on TikTok has a significant influence on the purchasing interest of FISIP students at UNTAG Surabaya. The results of this research were also obtained from SPSS, where the coefficient of determination showed that advertising exposure has a significant effect on purchasing interest, explaining 64.7% of the variance, while the remaining 35.3% represents variables not included in this study. However, there are still other factors, accounting for 35.3%, that influence purchasing interest besides advertising exposure. The results of the t-table test for each sub-category (frequency, intensity, and duration) were 3.905, 3.511, and 2.782, respectively. These figures indicate that the alternative hypothesis (H_a) is accepted, while the null hypothesis (H_0) is rejected.

Keywords : *Advertisement Impressions, Tiktok, Scarlett Whitening, Purchase Intent*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fisip UNTAG Surabaya”, Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik pada program studi Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan lancar dan benar tanpa adanya bantuan dari Orang Tua, Sahabat dan Teman-teman, Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada :

1. Dimulai dengan ibu ku yang sangat berarti, yang telah memberikan semangat, doa dan support selama ini. Semoga tetap bisa terus menjadi sosok yang selalu ada untukku sampai kapanpun. Terima Kasih banyak.
2. Teruntuk Bapak yang sangat aku sayangi dan berperan besar dalam perkuliahan ini, Terima Kasih telah bersedia kurepotkan dengan segala macam pertolongan yang aku sampaikan, Dan juga jasa-jasamu yang telah banting tulang untuk membiayai ku selama ini. Semoga lama hidupmu disini dan melihatku sukses sampai akhir.
3. Teruntuk Kakak dan Adekku yang juga selalu menjadi penyemangat selama ini, semoga tetap menjadi saudara- saudaraku yang terbaik.
4. Teruntuk seorang laki-laki spesial yang berperan banyak, Bagas Wahyu Ardianto. Terima kasih telah menemani dan selalu ada selama ini sehingga menjadi support system terbaik yang aku temui. Dan bersedia meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesahku selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Teruntuk Annisa Saviera, Sebagai saudara sepupu yang selalu ada disaat suka maupun duka. Kehadiranmu akan selalu aku ingat.

Hal selanjutnya penulis tidak lupa memberikan apresiasi kepada orang-orang selain keluarga yang turut serta membantu penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir, diantaranya :

1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku dosen pembimbing 1 yang sangat berperan penting dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak untuk waktu yang telah diberikan.
2. Hamim, S.Sos., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing 2 yang juga berperan dalam pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir, jasa dan ilmu yang diberikan tidak akan saya lupakan.
3. Teruntuk Rana Fatin Ramadhana, Sahabat baikku yang sangat berperan besar dalam perkuliahan ini, bersedia membantu segala macam kesulitanku saat di kampus. Sosokmu sebagai sahabat akan selalu aku ingat. Terimakasih banyak
4. Teruntuk teman terbaikku Raras, Aisyah, Aretha, Azki, Vera, Nabila, Terimakasih atas kehadiran kalian yang membuat penulis menjadi lebih bersemangat dalam mengerjakan skripsi.
5. Teruntuk teman dekat yang kutemui diperkuliahan Arsel, Bulan, Kolai, Samid, Reynaldi, Mas Sidiq. Terimakasih telah ada dari awal semester hingga akhir masih setia menemani dan membantu kegiatan perkuliahanku.
6. Teruntuk tiga temanku yg sering kutemui di semester akhir, Cantika Anggik, Aqshal terimakasih untuk menemani dan ikut serta menjadi penyemangat saat penulis mengalami rasa malas dan bosan. Semoga kita selalu berteman baik dikemudian hari.
7. Teruntuk mahasiswa/I fisip Untag Surabaya angkatan 2018 yang telah berkenan mengisi kuesioner pada saat dibagikan, Terimakasih banyak untuk berperan besar dalam pengerjaan skripsi ini.

Demikian kata pengantar yang bisa penulis sampaikan, Semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat terutama di bidang ilmu komunikasi dan pembaca sehingga dapat dijadikan referensi dipenulisan selanjutnya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
a) Manfaat Teoritis.....	6
b) Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Teori Stimulus Respon (SR)	10
2.2.2 Iklan.....	11
2.2.3 Terpaan Iklan.....	11
2.2.4 Jenis Iklan	12
2.2.5 Efektivitas Produk Pemasaran Online	13
2.2.6 Media Sosial	14
2.2.7 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.2.8 Minat Beli	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	19

3.1	Rancangan Penelitian	19
3.1.1	Tipe Penelitian	19
3.1.2	Jenis Penelitian	19
3.2	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	19
3.3.1	Definisi Oprasional	19
3.3.2	Definisi Konseptual	20
3.3	Waktu Dan Lokasi Penelitian	20
3.3.1	Lokasi Penelitian	20
3.3.2	Waktu Penelitian.....	20
3.4	Populasi dan Sampel	20
3.4.1	Populasi	20
3.4.2	Sampel	21
3.5	Pengukuran dan Instrumen Penelitian	21
3.5.1	Instrumen Penelitian	21
3.5.2	Uji Validitas.....	23
3.5.3	Uji Realibilitas.....	24
3.6	Indikator Penelitian	24
3.7	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.8	Sumber Data	25
3.9	Teknik Pengolahan Data	27
3.10	Teknik Analisis Data.....	27
3.10.1	Koefisien Korelasi.....	27
3.10.2	Koefisien Determinasi Uji R	27
3.10.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	28
3.11	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV	PEMBAHASAN.....	31
4.1	Demografi responden.....	31
4.2	Hasil Pengujian Instrumen.....	34
4.2.1	Jawaban Responden.....	34
4.3	Hasil Pengujian Instrumen.....	48
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	48
4.3.2	Hasil Pengujian Reabilitas	49
4.4	Pengujian Korelasi	51
4.5	Proses Pengujian Hipotesis.....	51
4.5.1	Koefisien determinasi	51

4.5.2	Hasil pengujian simultan F	52
4.5.3	Hasil pengujian parsial T	52
4.5.4	Persamaan regresi linear	52
4.6	Implikasi Penelitian.....	53
4.7	Analisis Berdasarkan Teori.....	59
BAB V	PENUTUPAN	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR	PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.1. 1 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 1	34
Tabel 4.1. 2 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 2	34
Tabel 4.1. 3 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 3	35
Tabel 4.1. 4 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 4	35
Tabel 4.1. 5 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 5	36
Tabel 4.1. 6 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 6	36
Tabel 4.1. 7 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 7	37
Tabel 4.1. 8 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 8	37
Tabel 4.1. 9 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 9	38
Tabel 4.1. 10 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 10	38
Tabel 4.1. 11 Data Jawaban Responden Pertanyaan 11	39
Tabel 4.1. 12 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 12	39
Tabel 4.1. 13 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 13	40
Tabel 4.1. 14 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 14	40
Tabel 4.1. 15 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 15	41
Tabel 4.1. 16 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 16	41
Tabel 4.1. 17 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 17	42
Tabel 4.1. 18 Data Pertanyaan Responden Pada Pertanyaan 18	43
Tabel 4.1. 19 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 19	43
Tabel 4.1. 20 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 20	44
Tabel 4.1. 21 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 21	44
Tabel 4.1. 22 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 22	45
Tabel 4.1. 23 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 23	45
Tabel 4.1. 24 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 24	46
Tabel 4.1. 25 Data Jawaban Responden Pada Pertanyaan 25	46
Tabel 4.2. 1 Distribusi Jawaban Variabel Minat Beli (X)	47
Tabel 4.2. 2 Distribusi Jawaban Variabel Minat Beli (Y)	47
Tabel 4.3. 1 Hasil Pengujian Validitas.....	49
Tabel 4.3. 2 Hasil Pengujian Realibilitas.....	50
Tabel 4.4 1 Hasil Pengujian Korelasi	51
Tabel 4.5. 1 Hasil Pengujian Hipotesis F	52
Tabel 4.5. 2 Hasil Pengujian Hipotesis T.....	52
Tabel 4.6. 1 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Terpaan Iklan Sub Variabel Frekuensi (diolah peneliti, 2023)	53
Tabel 4.6. 2 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Terpaan Iklan Sub Variabel Intensitas (diolah peneliti, 2023).....	54
Tabel 4.6. 3 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Terpaan Iklan Sub Variabel Durasi (diolah peneliti, 2023)	54

Tabel 4.6. 4 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Minat Pembelian Sub Variabel Minat Transaksional (diolah peneliti, 2023)	55
Tabel 4.6. 5 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Minat Beli Sub Variabel Minat Referensial (diolah peneliti, 2023).	55
Tabel 4.6. 6 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Minat Beli Sub Variabel Minat Prefensial (diolah peneliti, 2023)	56
Tabel 4.6. 7 Hasil Pengolahan Skor Item Berdasarkan Pertanyaan Untuk Variabel Minat Beli Sub Variabel Minat Eksploratif (diolah peneliti, 2023)	56
Tabel 4.6. 8 Hasil Pengolahan Skor Sub Item Rata-Rata.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi Tiktok	2
Gambar 1.2 Gambar Produk Scarlett Whitening.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran	17
Gambar 3.1 Pamflet Penelitian	26
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Asal Program Studi	33
Gambar 4.3	59
Gambar 4.4	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER.....	67
Lampiran 2. TAMPILAN KUESIONER.....	71
Lampiran 3. HASIL KORELASI ANTAR VARIABEL.....	72
Lampiran 4. KARTU BIMBINGAN SKRIPSI	79
Lampiran 5. LEMBAR REVISI	81
Lampiran 6. HASIL TURNITIN	84