

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *REVIEW TASYA*
FARASYA PADA PRODUK KECANTIKAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI ILMU
KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata – 1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

NURUL ALIYAH

NIM. 1152000374

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *REVIEW* TASYA
FARASYA PADA PRODUK KECANTIKAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI ILMU
KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**NURUL ALIYAH
NBI 1152000374**

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nurul Aliyah

NBI : 1152000374

**Judul : Pengaruh Terpaan Konten Review Tasya Farasya Pada Produk
Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu
Komunikasi UNTAG Surabaya**

Surabaya, 5 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I


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

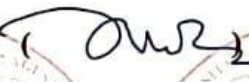

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
NPP 20130880165

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**Dipertahankan di depan Sidang 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 5 Juli 2024**

Dewan Penguji :

- 1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
Ketua**
- 2. Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom
Anggota**
- 3. Nara Garini Ayuningrum, S.Tr.I.Kom., M.A
Anggota**

()
()

()

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

()
Dr. Dr. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nurul Aliyah
NBI : 1152000374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten *Review* Tasya Farasya Pada Produk Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya

Menyatakan:

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 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, 5 Juli 2024

Yang membuat pernyataan

 (Nurul Aliyah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nurul Aliyah
NBI : 1152000374
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Terpaan Konten *Review* Tasya Farasya Pada Produk Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : Senin, 8 Juli 2024

Yang Menyatakan



ABSTRAK

Nurul Aliyah, 2024, **PENGARUH TERPAAN KONTEN *REVIEW* TASYA FARASYA PADA PRODUK KECANTIKAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Terpaan Konten *Review* Tasya Farasya Pada Produk Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020. Dengan jumlah 62 responden yang jawabannya dikumpulkan melalui kuesioner. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu, teori Behaviorisme, S-R dan *Media Exposure*. Ketiga teori ini saling berhubungan di mana, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti terkena paparan media sosial sehingga menimbulkan respon. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa, Terpaan Konten *Review* Tasya Farasya berpengaruh sebesar 58,9%. Dari hasil koefisien korelasi dijelaskan bahwa hubungan Terpaan Konten *Review* Tasya Farasya dengan Perilaku Konsumtif yakni sebesar 0,768. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai “Kuat”, karena berada pada interval korelasi 0,61 – 0.80. Dengan hasil yang dijabarkan dalam penelitian ini bahwa nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel} = 9,281 > 1,671$. Maka dapat disimpulkan **H_0** ditolak dan **H_a** diterima.

Kata Kunci: Terpaan Konten, Tasya Farasya, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Nurul Aliyah, 2024, **THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO TASYA FARASYA REVIEW CONTENT ON BEAUTY PRODUCTS ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS UNTAG SURABAYA**

This study aims to determine whether there is an Effect of Exposure to Tasya Farasya's Review Content on Beauty Products on The Consumptive Behavior of UNTAG Surabaya Communication Science Students. This research was conducted on communication science student class of 2020. With a total of 62 respondents whose answers were collected through a questionnaire. The theories used in this study are, namely, Behaviorism, S-R and Media Exposure theories. These three theories are interconnected where individual behavior is influenced by external factors such as exposure to social media so as to cause a response. Researchers use quantitative methods with explanatory types. With the results of the study which states that, Exposure to Tasya Farasya Review Content has an effect of 58.9%. From the results of the correlation coefficient, it is explained that the relationship between Exposure to Tasya Farasya Review Content and Consumptive Behavior is 0.768. This shows that the relationship between the two variables is "Strong", because it is in the correlation interval of 0.61 - 0.80. With the results described in this study that the $t\text{-count} > t\text{-table value} = 9.281 > 1.671$. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: *Content Exposure, Tasya Farasya, Consumptive Behavior*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya, memberi penulis kekuatan, kemudahan, membekali penulis dengan ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Konten Review Tasya Farasya Pada Produk Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penulisan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, karena itulah penulis sangat berbesar hati untuk menerima saran, kritik, serta gagasan yang dapat menjadi bahan perbaikan bagi penulis. Segala perjuangan penulis hingga titik ini, penulis persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan penulis kuat, Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak bersangkutan sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas dalam menuntut ilmu selama menempuh proses perkuliahan Program Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi. Terimakasih yang telah memberikan saya arahan dan bantuan selama menempuh proses perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.Ikom selaku dosen pembimbing pertama saya. Terimakasih atas bimbingan, kritik, saran dan dukungan serta selalu sabar meluangkan waktunya disela kesibukan selama proses pengerjaan Skripsi.

5. Bapak Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan semangat dan motivasi serta masukan yang sangat membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Orang tua, Nenek dan Kakek yang selalu menjadi penyemangat saya, sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa dan motivasi kepada saya hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tuntas dan tepat waktu.
8. Fedi Purwito, terima kasih sudah menjadi *support system* terbaik yang memberikan semangat, dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini cepat dan tepat waktu. Selain itu, terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah.
9. Elvina Talitha Alawiyah, yang telah menjadi sahabat saya dari awal masuk perkuliahan hingga akhir. Terimakasih sudah memberikan semangat dan telah sama-sama saling *support*.
10. Teman-teman Keswari yaitu, Maulidah, Natalia Desy Deria, Fitri Nur Alifa, Ridav Refza Rafza, Wildan Abdilah, Lisa Angelina, Ziki Ramadhan, dan Dave Yehosua Tiranda Bongga, yang telah sama-sama berjuang untuk skripsi, telah memberikan saran dan dukungan selama proses perkuliahan, sehingga kita bisa menyelesaikan skripsi ini bersama.
11. Teman-teman Suweger Indonesia, Sefira, Kak Dipo dan Kak Naufal yang telah membantu membackup saya dalam jadwal kerja selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Serta kepada pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI	5
2.1. Kajian Relevan.....	5
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Teori Terpaan Media (<i>media exposure</i>)	9
2.2.2. Teori S-R.....	10
2.2.3 Teori Behaviorisme	10
2.3. Definisi Konsep	11
2.3.1. Konten <i>Review</i>	11
2.3.2. Perilaku Konsumtif	12

2.3.3 Media Sosial	13
2.3.4 Mahasiswi Ilmu Komunikasi	14
2.4. Pengaruh Terpaan Konten <i>Review</i> Tasya Farasya Terhadap Perilaku Konsumtif	14
2.5. Kerangka Pemikiran	15
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
3.1. Pendekatan Penelitian	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel	19
3.3.1 Populasi	19
3.3.2. Sampel.....	20
3.4. Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	21
3.4.1. Validitas Data.....	22
3.4.2. Reliabilitas Data	22
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6. Teknik Analisis Data.....	23
3.7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	23
3.7.1. Definisi Konsep.....	23
3.7.2. Definisi Operasional.....	24
BAB IV	27
PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Objek Penelitian	27
4.2 Penyajian Data	27
4.2.1 Karakteristik Responden	27
4.2.1.1 Usia.....	28
4.2.1.2 Mempunyai Akun Media Sosial TikTok, Instagram dan Youtube	28

4.2.1.3 Pengikut atau <i>followers</i> Tasya Farasya	29
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	30
4.3.1 Deskripsi Variabel Terpaan Konten <i>Review</i> (X).....	30
4.3.2 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	36
4.4 Uji Instrumen	43
4.4.1 Uji Validitas	43
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.5.1 Uji Normalitas	45
4.5.2 Uji Linearitas.....	46
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	46
4.6 Uji Hipotesis	47
4.6.1 Uji Regresi Linear Sederhana	47
4.6.2 Uji t.....	48
4.6.3 Koefisien Korelasi.....	48
4.6.4 Koefisien Determinasi.....	49
4.7 Pembahasan	49
4.7.1 Pengaruh Terpaan Konten <i>Review</i> Tasya Farasya Pada Produk Kecantikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya.	51
HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN	52
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Rekomendasi.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	21
Tabel 4. 1 Uji Validitas Instrumen Variabel Terpaan Konten (X1)	43
Tabel 4. 2 Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif (Y1)	44
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten dan Perilaku Konsumtif	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Linear Sederhana	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Media Sosial Tasya Farasya	1
Gambar 1. 2 Produk berlabel Tasya Farasya Approved.....	2
Gambar 1. 3 <i>Beauty influencer</i> Terpopuler di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Konten <i>Review</i> Tasya Farasya di Instagram, TikTok dan Youtube	11
Gambar 3. 1 Rumus Slovin	20
Gambar 3. 2 Rumus Product Moment Pearson	22
Gambar 4. 1 Usia Responden	28
Gambar 4. 2 Mempunyai Akun Media Sosial	28
Gambar 4. 3 Pengikut Tasya Farasya.....	29
Gambar 4. 4 Pernah Menonton Konten <i>Review</i> Tasya Farasya	29
Gambar 4. 5 Frekuensi (X1).....	30
Gambar 4. 6 Frekuensi (X2).....	30
Gambar 4. 7 Frekuensi (X3).....	31
Gambar 4. 8 Frekuensi (X4).....	31
Gambar 4. 9 Frekuensi (X5).....	32
Gambar 4. 10 Durasi (X6).....	33
Gambar 4. 11 Durasi (X7).....	33
Gambar 4. 12 Atensi (X8).....	34
Gambar 4. 13 Atensi (X9).....	34
Gambar 4. 14 Atensi (X10).....	35
Gambar 4. 15 Kemasan Menarik (Y1).....	36
Gambar 4. 16 Kemasan Menarik (Y2).....	36
Gambar 4. 17 Iming-iming Hadiah (Y3).....	37
Gambar 4. 18 Iming-iming Hadiah (Y4).....	38
Gambar 4. 19 Pertimbangan Harga (Y5)	38
Gambar 4. 20 Pertimbangan Harga (Y6)	38
Gambar 4. 21 Pertimbangan Harga (Y7)	39
Gambar 4. 22 Menjaga Penampilan dan Gengsi (Y8).....	40
Gambar 4. 23 Menjaga Penampilan dan Gengsi (Y9).....	40
Gambar 4. 24 Menjaga Simbol dan Status (Y10)	41
Gambar 4. 25 Konformalitas Iklan (Y11)	42
Gambar 4. 26 Konformalitas Iklan (Y12)	42
Gambar 4. 27 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	45
Gambar 4. 28 Uji Heteroskedastisitas	46
Gambar 4. 29 Hasil Uji t	48
Gambar 4. 30 Koefisien Korelasi.....	48
Gambar 4. 31 Hasil Koefisien Determinasi.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	63
Lampiran 3 Uji Validitas.....	67
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	69
Lampiran 5 Uji Normalitas	70
Lampiran 6 Uji Linearitas	70
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	71
Lampiran 8 Uji t.....	71
Lampiran 9 Koefisien Determinasi	72
Lampiran 10 Kartu Bimbingan	73
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	75
Lampiran 12 Surat Keterangan Turnitin	76
Lampiran 13 Lembar Revisi.....	77