

**RESPONS ATAS *REVIEW* PRODUK *KOREAN*
SKINCARE DI *FEMALE DAILY***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Menempuh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

PARAMITHA SINDIANA

13 09 05128 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

RESPONS ATAS *REVIEW* PRODUK *KOREAN SKINCARE* DI FEMALE DAILY

Disusun guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh:

Paramitha Sindiana

130905128 / KOM

Disetujui oleh:



Birgitta Bestari Puspita Jati, M. A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : RESPONS ATAS *REVIEW* PRODUK *KOREAN*
SKINCARE DI FEMALE DAILY

Penyusun : Paramitha Sindiana

NPM : 130905128

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

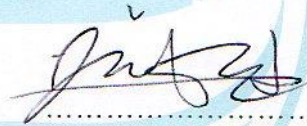
Hari/ tanggal : Selasa, 10 Desember 2019

Pukul : 11.00 WIB

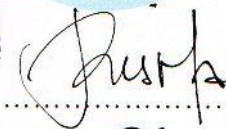
Tempat : Ruang Pendadaran, FISIP, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

TIM PENGUJI

Drs. Josep Joedhie Darmawan, M.A
Penguji Utama



Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A
Penguji I



Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom
Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Paramitha Sindiana

Nomor Mahasiswa : 130905128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : *RESPONS ATAS REVIEW PRODUK KOREAN
SKINCARE DI FEMALE DAILY*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 1 Desember 2019

Saya yang menyatakan,


Paramitha Sindiana

PARAMITHA SINDIANA
No. Mhs: 130905128/ KOM

**“RESPONS ATAS REVIEW PRODUK KOREAN SKINCARE DI FEMALE
DAILY”**

Abstrak

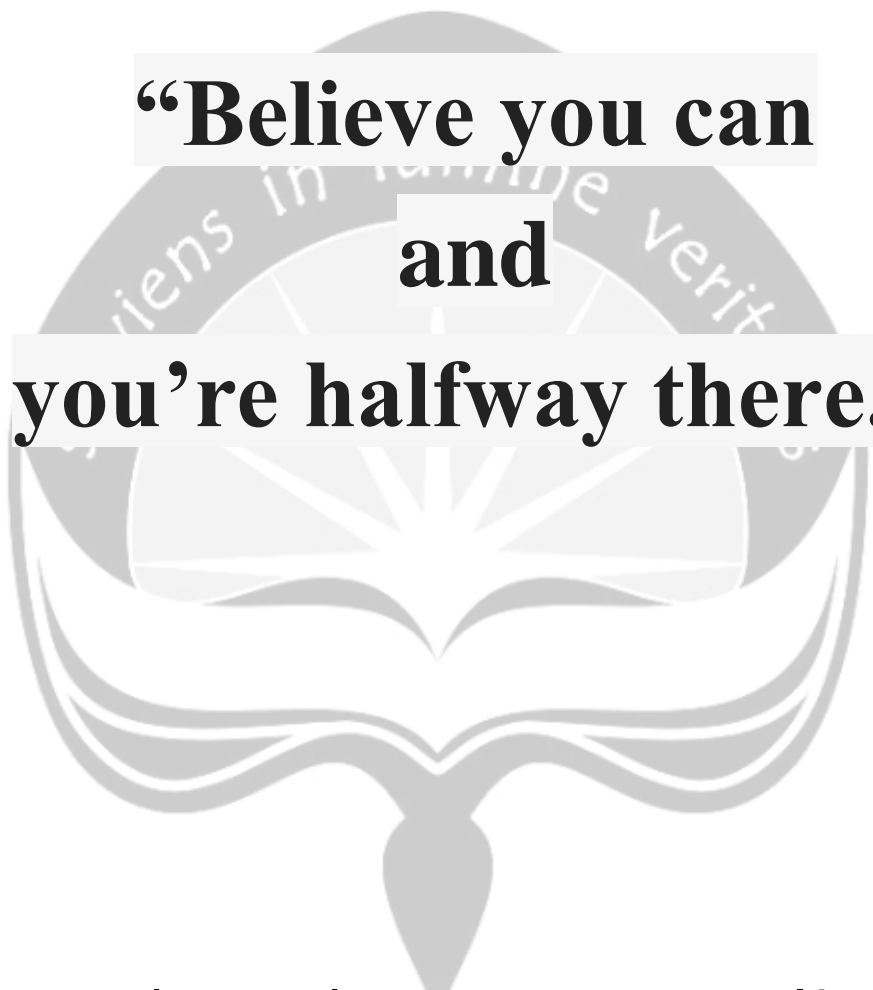
Berkembangnya teknologi digital saat ini sangat memungkinkan orang untuk melakukan apa saja melalui internet khususnya dalam mencari informasi salah satunya berupa informasi terkait suatu produk kecantikan. Informasi yang dimaksud yakni berupa ulasan atau review terhadap suatu produk yang ditulis oleh orang yang sebelumnya sudah menggunakan produk tersebut. Female Daily merupakan salah satu media online di Indonesia yang khusus menyajikan review beragam produk kecantikan. Kegiatan mencari informasi berupa review suatu produk tentunya akan menghasilkan respons. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana respons dari pengguna Female Daily dalam memanfaatkan review produk skincare khususnya Korean skincare.

Penelitian ini menggunakan beberapa teori dengan teori respons sebagai teori utama, teori komunikasi smcr, teori media baru serta *online review* sebagai teori pendukung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitiannya yakni empat orang pengguna Female Daily yang juga merupakan *beauty blogger*. *Beauty blogger* yang dipilih yakni *beauty blogger* yang tergabung dalam komunitas Jogja Bloggirls serta pengguna aktif Female Daily.

Sesuai dengan hasil penelitian, ditemukan bahwa kegiatan memanfaatkan review produk di Female Daily menimbulkan respons yakni respons kognitif, respons konatif, dan respons afektif. Respons kognitif yakni respons yang berkaitan dengan pengetahuan individu, respons afektif yakni respons yang berkaitan dengan emosi individu, sedangkan respons konatif yakni respons yang berkaitan dengan tindakan individu.

Kata Kunci: *Female Daily, Korean Skincare, Online Review, Respons, Skincare*

MOTTO



**“Believe you can
and
you’re halfway there.”**

-Theodore Roosevelt-

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa peneliti panjatkan atas berkat dan rahmat yang diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Respons Pemanfaatan Review di Female Daily sebagai Referensi Produk Korean Skincare sebagai syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran dan dukungan dari banyak pihak yang selalu memberikan doa, semangat, bimbingan dan bantuan dan peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini hingga akhir. Oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, puji syukur peneliti panjatkan atas berkat dan kuasa-Nya yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat berproses dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Ayah dan Ibu serta Adik. Doa serta dukungan yang selalu diberikan menjadi semangat bagi peneliti untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.
3. Ibu Birgitta Bestari Puspita Jati selaku dosen pembimbing skripsi yang sabar dan pengertian, dan selalu memberikan bimbingan, dukungan, kritik, saran yang membangun dan mendampingi peneliti dalam proses penulisan skripsi.
4. Mbak Erny Kurniawati, Mbak Sekar Arum, dan Mbak Monica Agustami yang sudah berkenan menjadi narasumber penelitian pada

skripsi ini. Terima kasih atas kerjasama yang sangat baik dan terbuka, apresiasi!

5. Teman-teman di Bali, Aristia Riyanti, Ingga Amara Sasi, Mitha Suandari serta seluruh anggota ANONG, terima kasih sudah menjadi teman disaat senang dan susah. Motivasi dan dukungan kalian sangat berarti. Matur Suksma!
6. Teman-teman FISIP UAJY, teman-teman KOS G/14, yang senantiasa ada selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Diri saya sendiri, terima kasih untuk tidak pernah menyerah.
8. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungan yang diberikan kepada peneliti sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 1 Desember 2019

Peneliti,

Paramitha Sindiana

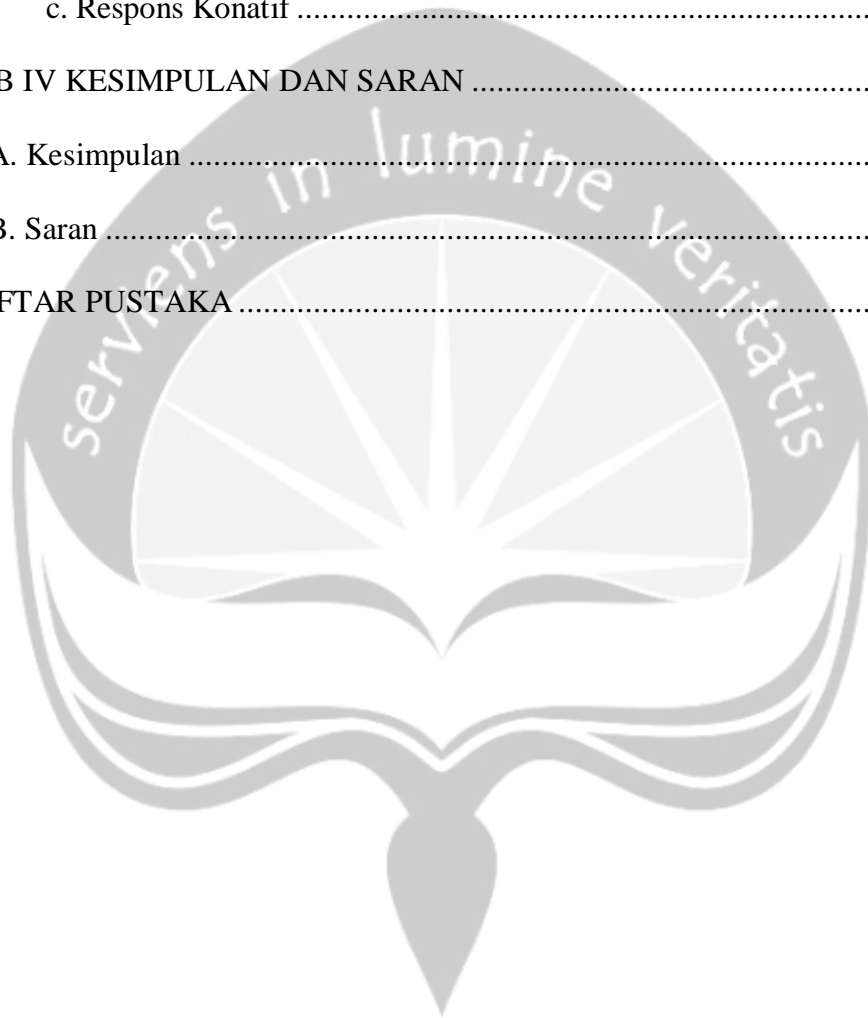
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Akademis	11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Kerangka Teori	11
1. Teori S-M-C-R	11
2. Respons	14
a. Definisi Respons.....	14

b. Faktor Terbentuknya Respons	15
c. Macam-macam Respons	16
1) Kognitif	16
2) Afektif	17
3) Konatif.....	18
3. Media Baru	19
a. <i>Interactivity</i>	19
b. <i>Demassification</i>	19
c. <i>Assynchronous</i>	20
4. <i>Online Review</i>	20
F. Kerangka Konsep	22
G. Metodologi Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Metode Penelitian	25
3. Subyek Penelitian.....	26
4 Teknik Pengumpulan Data	27
5. Teknik Analisis Data.....	28
a. Reduksi Data	28
b. Penyajian Data	29
c. Penarikan Kesimpulan	30
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	32
Tren Penggunaan <i>Korean Skincare</i> di Indonesia.....	32
A. Profil Media Female Daily.....	34

1. Kategori Informasi pada Subdomain <i>Review Female Daily</i>	37
B. Komunitas Jogja Bloggirls	40
1. Profil Komunitas Jogja Bloggirls	40
2. Logo Komunitas Jogja Bloggirls.....	40
C. Profil Informan	41
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	42
A. Hasil Temuan Data.....	42
1. Proses terbentuknya respons terhadap review di <i>Female Daily</i>	43
2. Respons Pemanfaatan <i>Review</i> sebagai Referensi Produk <i>Korean Skincare</i>	46
a. Respons Kognitif	46
b. Respons Afektif.....	50
1) Respons Afektif (positif)	51
2) Respons Afektif (negatif)	53
c. Respons Konatif	54
1) Informan tertarik untuk melakukan pembelian produk.....	55
2) Informan melakukan pembelian produk	58
B. Analisis Hasil Penelitian.....	59
1. Prinsip Media Baru dalam <i>Female Daily</i>	59
a. <i>Interactivity</i>	60
b. <i>Demassification</i>	62
c. <i>Assynchronous</i>	63
2. <i>Female Daily</i> sebagai <i>Online Review</i>	65
3. Model Komunikasi S-M-C-R	66

4. Respons Pemanfaatan <i>Review</i> Produk di Female Daily sebagai Referensi	
Produk <i>Korean Skincare</i>	67
a. Respons Kognitif	68
b. Respons Afektif	71
c. Respons Konatif	74
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Negara Asal <i>Brand Skincare</i> Favotit Wanita Indonesia	3
Gambar 1.2 : Bagan Teori S-M-C-R	12
Gambar 1.3 : Bagan Konsep	25
Gambar 2.1 : Diagram Persentase Pengguna Produk <i>Skincare</i> di Indonesia.....	33
Gambar 2.2: Logo Female Daily.....	34
Gambar 2.3 :Halaman Utama femaledaily.com.....	35
Gambar 2.4 : Halaman Utama reviews.femaledaily.com.....	36
Gambar 2.5 :Halaman Utama editorial.femaledaily.com.....	36
Gambar 2.6 :Tampilan Female Daily Apps	39
Gambar 2.7 : Logo Komunitas Jogja Bloggirls.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel Matriks.....	83
Lampiran 2 : Panduan Wawancara.....	84
Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Erny Kurniawati.....	86
Lampiran 4 : Transkrip Wawancara Monica Agustami	102
Lampiran 4 : Transkrip Wawancara Sekar Arum	110

