

**STUDI EKSPLANATIF TERPAAN E-WOM DAN TERPAAN
CELEBRITY ENDORSER TERKAIT PRODUK MOTHER OF
PEARL (MOP) PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM
@TASYAFARASYA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

PATRICIA ESTHER HELENA LANTANG

190906906 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STUDI EKSPLANATIF TERPAAN E-WOM DAN TERPAAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERKAIT PRODUK MOTHER OF PEARL (MOP) PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @TASYAFARASYA**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

PATRICIA ESTHER HELENA LANTANG

190906906

disetujui oleh :


Pupung Arifin, M. Si

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Studi Eksplanatif Terpaan E-WOM dan Terpaan *Celebrity Endorser* terkait Produk Mother of Pearl (MOP) pada *Followers* Instagram @tasyafarasya

Penyusun : Patricia Esther Helena Lantang

NPM : 190906906

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 10 Agustus 2023

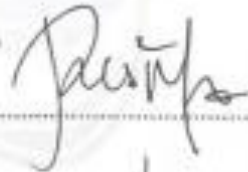
Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Ruang Sidang 2 Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.

Penguji Utama



Pupung Arifin, M. Si

Penguji I



Rebekka Rismayanti, SIKom, M.A.

Penguji II





Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Patricia Esther Helena Lantang

NPM : 190906906

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Studi Eksplanatif Terpaan E-WOM dan Terpaan *Celebrity Endorser* terkait Produk Mother of Pearl (MOP) pada *Followers* Instagram @tasyafarasya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 28 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Patricia Esther Helena Lantang

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena melalui kasih karunia dan penyertaan-Nya, saya diberkati dengan kekuatan dan kemampuan untuk mengerjakan tugas akhir skripsi dan melalui setiap proses yang ada. Penelitian skripsi dengan judul “Studi Eksplanatif Terpaan E-WOM dan Terpaan *Celebrity Endorser* terkait Produk Mother of Pearl (MOP) pada *Followers* Instagram @tasyafarasya” dapat terselesaikan dengan baik atas berkenaan-Nya dan tuntunan dari Roh Kudus.

Pengerjaan skripsi yang dilakukan dari penentuan topik penelitian, hingga pelaksanaan dan pembahasan hasil temuan, menjadi pergumulan yang luar biasa bagi saya. Oleh karena itu, saya sadar masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Proses pengerjaan skripsi ini membawa pengalaman yang sangat berharga bagi saya sebagai peneliti. Oleh karena itu, besar harapan saya untuk hasil dari penelitian ini menjadi temuan yang dapat dikembangkan terutama untuk menunjang strategi komunikasi pemasaran. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan pihak-pihak yang ada di sekitar saya, untuk itu saya sampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya, Papa dan Mama yang menjadi salah satu sumber kekuatan saya. Melalui doa, motivasi, dan dorongan secara mental maupun finansial yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu menjadi pengingat untuk terus berserah dan mengandalkan Tuhan.
2. Opa Arin, Oma Leida, dan Oma Herny, yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat dari awal perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan

skripsi ini. Terima kasih atas dorongan yang menguatkan untuk melewati setiap proses yang ada.

3. Bapak Pupung Arifin, selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan arahan dan *feedback* selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungan, dan bimbingan yang diberikan hingga pengerjaan skripsi ini selesai.
4. Noble Cahya Christian yang senantiasa menjadi pendengar saat saya ada di masa sulit. Terima kasih untuk motivasi yang diberikan, terutama saat saya merasa tidak percaya diri, dan untuk dukungan pada setiap hal yang saya lakukan.
5. Sahabat saya, Gloria, Tamara, dan Ratna, yang telah menjadi salah satu sumber semangat dan motivasi saya dari awal perkuliahan sampai pada tahap akhir skripsi ini. Terima kasih sudah jadi tempat berkeluh kesah dan tempat untuk saling menguatkan. Sukses untuk kita semua.
6. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk setiap diskusi menarik yang kita lakukan, dan kebersamaan selama menempuh pendidikan di Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Agustus 2023

Patricia Esther Helena Lantang

PATRICIA ESTHER HELENA LANTANG

190906906

STUDI EKSPLANATIF TERPAAN E-WOM DAN TERPAAN *CELEBRITY ENDORSER* TERKAIT PRODUK MOTHER OF PEARL (MOP) PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @TASYAFARASYA

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, hal tersebut menjadi dasar *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) melalui media sosial menjadi isu penting dalam strategi komunikasi pemasaran suatu merek. Mother of Pearl (MOP) merupakan merek kosmetik lokal oleh Tasya Farasya yang melakukan optimalisasi media sosial untuk mendukung kampanye komunikasi pemasaran produk-produk MOP. Melalui platform media sosial juga terjadi proses dari konsumen untuk berbagi pengalaman, opini, dan ulasan mengenai produk dari MOP. MOP sebagai merek produk-produk kosmetik diteliti dalam penelitian ini dengan melihat strategi komunikasi pemasaran dengan pemanfaatan e-WOM yang tidak hanya berasal dari konsumen, melainkan juga dari Tasya Farasya sebagai figur *celebrity endorser* dengan prestasi dan keahliannya di bidang kecantikan sata melakukan *review* produk MOP pada akun Instagram @tasyafarasya.

Penelitian ini berfokus untuk melihat hasil dari terpaan e-WOM dan terpaan dari *celebrity endorser* yaitu Tasya Farasya terkait produk Mother of Pearl (MOP) dari *followers* akun Instagram @tasyafarasya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif secara univariat dengan menggunakan metode survei dan data primer berupa kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form* kepada 424 *followers* @tasyafarasya.

Temuan data penelitian menunjukkan hasil bahwa terpaan e-WOM dan terpaan *celebrity endorser* Tasya Farasya tentang produk MOP melalui akun Instagram @tasyafarasya ditangkap secara positif oleh *followers* @tasyafarasya dengan dominasi jenis kelamin perempuan dan rentang usia 22-26 tahun. Keduanya yaitu e-WOM dan *celebrity endorser* dapat menjadi kombinasi strategi komunikasi pemasaran yang baik untuk tujuan meningkatkan citra merek yang positif terhadap suatu merek.

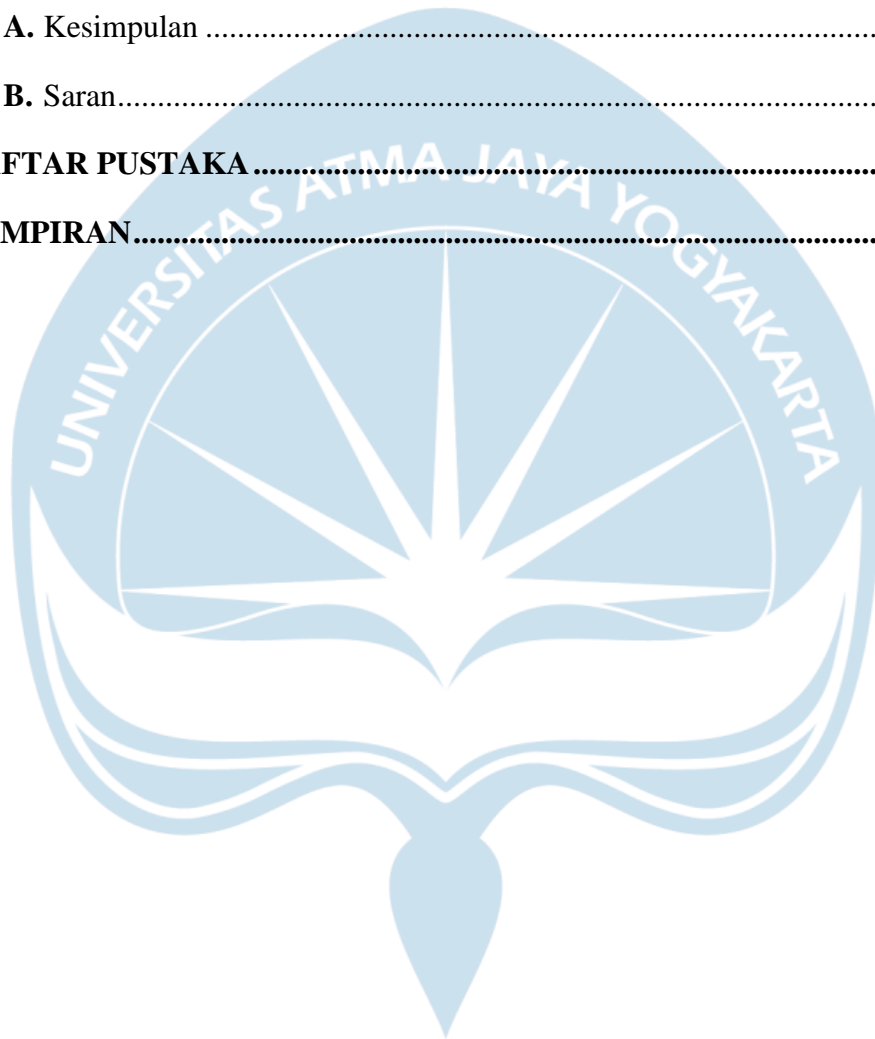
Kata kunci: E-WOM, *Celebrity Endorser*, Komunikasi Pemasaran, Terpaan Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian	15
1. Manfaat Akademis	15
2. Manfaat Praktis	15
E. Kerangka Teori	15
1. Teori Terpaan Media.....	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	16
3. <i>Celebrity endorser</i>	20
F. Kerangka Konsep.....	22
1. Terpaan <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) – X1.....	23
2. Terpaan <i>Celebrity Endorser</i> – X2.....	24
G. Definisi Operasional.....	26

H. Metodologi	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Metode Penelitian.....	29
3. Jenis Data	30
4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
5. Populasi dan Sampel	31
6. Teknik Sampling	32
7. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
8. Teknik Analisa Data.....	37
a. Distribusi Frekuensi	37
b. Uji <i>Crosstab</i> (Tabulasi Silang).....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	39
A. Tasya Farasya.....	39
B. Mother of Pearl	40
C. Instagram @tasyafarasya.....	42
1. Kampanye produk terbaru MOP	43
2. Informasi dan tutorial penggunaan produk MOP.....	44
3. <i>Review</i> produk MOP melalui kolom komentar	46
BAB III	
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Profil Responden	48
B. Temuan Data	50
1. Distribusi Frekuensi.....	50
2. Uji <i>Crosstab</i>	65
C. Analisis Data	69

1. Analisis Variabel Terpaan E-WOM (X1)	69
2. Analisis Variabel Terpaan <i>Celebrity endorser</i> (X2)	73
3. Analisis Hasil <i>Crosstab</i>	77
BAB IV	
PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan brand kosmetik lokal terbaru di tahun 2021	8
Tabel 1. 2 Definisi Operasional	26
Tabel 1. 3 Uji Validitas Variabel E-WOM	34
Tabel 1. 4 Uji Validitas Variabel <i>Celebrity endorser</i>	34
Tabel 1. 5 Uji Reliabilitas Variabel E-WOM.....	36
Tabel 1. 6 Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity endorser</i>	36
Tabel 3. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 3. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 3. 3 Kategori rentang usia responden	50
Tabel 3. 4 Dimensi <i>intensity</i>	51
Tabel 3. 5 Dimensi <i>valance of opinion</i>	52
Tabel 3. 6 Dimensi <i>content</i>	53
Tabel 3. 7 Interval data variabel e-WOM	56
Tabel 3. 8 Dimensi <i>trustworthiness</i>	57
Tabel 3. 9 Dimensi <i>expertise</i>	58
Tabel 3. 10 Dimensi <i>physical attractiveness</i>	60
Tabel 3. 11 Dimensi <i>respect</i>	61
Tabel 3. 12 Dimensi <i>similarity</i>	62
Tabel 3. 13 Interval data variabel <i>celebrity endorser</i>	64
Tabel 3. 14 Hasil <i>crosstab</i> jenis kelamin dan kategori usia.....	65
Tabel 3. 15 Hasil <i>crosstab</i> jenis kelamin dan kategori e-WOM.....	66
Tabel 3. 16 Hasil <i>crosstab</i> jenis kelamin dan kategori <i>celebrity endorser</i>	66
Tabel 3. 17 Hasil <i>crosstab</i> kategori usia dan kategori e-WOM.....	67
Tabel 3. 18 Hasil <i>crosstab</i> kategori usia dan kategori <i>celebrity endorser</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Review Produk MOP Terbaru di Akun Instagram @tasyafarasya	10
Gambar 1. 2 Kolom Komentar di Akun Instagram @tasyafarasya	10
Gambar 1. 3 Model teori SOR	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 4 Hubungan Variabel	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Tasya Farasya dalam Vogue Asia 2023	40
Gambar 2. 2 <i>Brand</i> Mother of Pearl (MOP)	41
Gambar 2. 3 Penghargaan produk MOP pada Sociolla Awards 2022	42
Gambar 2. 4 Profil Instagram Tasya Farasya	42
Gambar 2. 5 Konten <i>launching</i> produk Loose Powder MOP	44
Gambar 2. 6 Konten <i>giveaway</i> produk MOP	44
Gambar 2. 7 Instagram story tentang MOP product funfact	45
Gambar 2. 8 Konten tutorial penggunaan produk MOP	45
Gambar 2. 9 Konten feeds tutorial penggunaan produk MOP	46
Gambar 2. 10 Review produk MOP oleh <i>followers</i>	46
Gambar 2. 11 Review produk MOP oleh <i>followers</i>	47