

**ANALISIS PROMOSI E-WOM *SKINCARE* THE ORIGINOTE
MELALUI KOMENTAR PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TIKTOK *INFLUENCER* @NAKIIRANA DAN
@DOSENKECANTIKAN**

SKRIPSI

Oleh :

ANASTASIA CHRISTINE MARGARETHA MANURUNG

2071650083



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**

**ANALISIS PROMOSI E-WOM *SKINCARE* THE ORIGINOTE
MELALUI KOMENTAR PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TIKTOK *INFLUENCER* @NAKIIRANA DAN
@DOSENKECANTIKAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

ANASTASIA CHRISTINE MARGARETHA MANURUNG

2071650083



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Christine Margaretha Manurung

NIM : 2071650083

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "**Analisis Promosi e-WoM Skincare The Originote Melalui Komentar Pengguna Media Sosial TikTok Influencer @nakiirana dan @dosenkecantikan**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 12 Juli 2024



Anastasia Christine



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mnyjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fsinol@uki.ac.id, sekretariatfsinol@gmail.com, Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS PROMOSI E-WOM SKINCARE THE ORIGINOTE MELALUI
KOMENTAR PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK *INFLUNCER*
@NAKIIRANA DAN @DOSENKECANTIKAN**

Oleh:

Nama : Anastasia Christine Margaretha Manurung

No. Induk Mahasiswa : 2071650083

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 12 Juli 2024

Pembimbing,

(Prof. Chontina Sihhaan, S.H., M.Si)

NIDN: 0310025801

Ketua Program Studi,

Dekan,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

(Dr. Verdinand Koster, M.Soc. Sc.)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp (021)-8092423, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 1 Juli 2024 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Anastasia Christine Margaretha Manurung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**Analisis Promosi e-WoM Skincare The Originote Melalui Komentar Pengguna Media Sosial TikTok Influencer @nakiirana dan @dosenkecantikan**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Dr. Helen Diana Vida, S.Sos.,M.I.Kom	Sebagai Ketua	
2 Sunengsih D.Simatupang, S.S.,M.Si	Sebagai Anggota	
3 Prof. Dr. Chontina Siahaan, SH.,M.Si	Sebagai Anggota	

Jakarta, 12 Juli 2024



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutowo No 2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021)-8092425, 8009190 Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anastasia Christine Margaretha Manurung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Promosi e-WoM Skincare The Originote Melalui
Komentar Pengguna Media Sosial TikTok *Influencer* @nakiirana
dan @dosenkecantikan

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada
tanggal 1 Juli 2024

Jakarta, 12 Juli 2024

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom)

Penguji II

(Sunengsih D Simatupang, S.S., M.Si)

Penguji III

(Prof. Dr. Chontina Siahaan)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Anastasia Christine Margaretha Manurung
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650083
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : Analisis Promosi e-WoM Skincare The Originote Melalui Komentor Pengguna Media Sosial TikTok *Influencer* @nakiirana dan @dosenkecantikan

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 12 Juli 2024
Yang menyatakan,




Anastasia Christine

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Promosi e-WoM *Skincare* The Originote Melalui Komentar Pengguna Media Sosial TikTok *Influencer* @nakiirana dan @dosenkecantikan” ini dapat selesai tepat waktu. Penelitian ini disusun sebagai Tugas Akhir penulis guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta Bapak Pdt. Efendy Manurung, S.Th dan Ibu Dora Agustina Simanjuntak yang sabar mendengarkan keluh kesah, mendukung, mendoakan, memberi bantuan secara moril, materil serta peduli terhadap kondisi kesehatan penulis. Tidak lupa juga untuk kakak dan abang terkasih Agnes Monica Manurung, Alfredo Jan Wilfried Manurung dan Parsaoran Malau yang selalu memberikan dukungan, dan juga mendoakan penulis.
2. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, S.H., M.H., M.B.A. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
3. Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc. selaku Dekan dan Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom. sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.

4. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Prof. Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh Dosen program studi Ilmu Komunikasi dan seluruh staff.
7. Kepada Produk Skincare The Originote dan influencer @nakiirana serta @dosenkecantikan yang dijadikan penulis sebagai penelitian ini.
8. Kepada yang terkasih Ronal Destriansyah Tambunan, S.I.Kom yang selalu mendukung penulis mulai dari semester 4 hingga saat ini. Selalu memberikan semangat serta motivasi agar penulis tidak menyerah, memberikan bantuan baik tenaga, waktu dan materi kepada penulis.
9. Teman semasa kuliah yaitu Wulan, Julia, Celine, Jessica untuk setiap kenangan, kebersamaan yang telah dilalui bersama. Suka duka dalam perkuliahan, terlebih memberikan semangat pada masa skripsi.
10. Serta teman-teman seperbimbingan dan Ikom angkatan 2020.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta,

Juni 2024

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka.....	9
1.5.1 Word of Mouth (WoM)	9
1.5.2 Indikator <i>Word of Mouth</i>	10
1.5.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM)	10
1.5.4 Bentuk-bentuk e-WoM.....	11
1.5.5 Faktor yang Memengaruhi	12
1.5.6 Indikator <i>electronic Word of Mouth</i> (e-WoM).....	13
1.5.7 E-WoM dalam Konteks Produk <i>Skincare</i>	14
1.6 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	15
1.6.1 Kerangka Berpikir.....	15
1.7 Metodologi Penelitian	17
1.7.1 Pendekatan Penelitian	17
1.7.2 Tipe Penelitian	17
1.7.3 Metode Penelitian	18

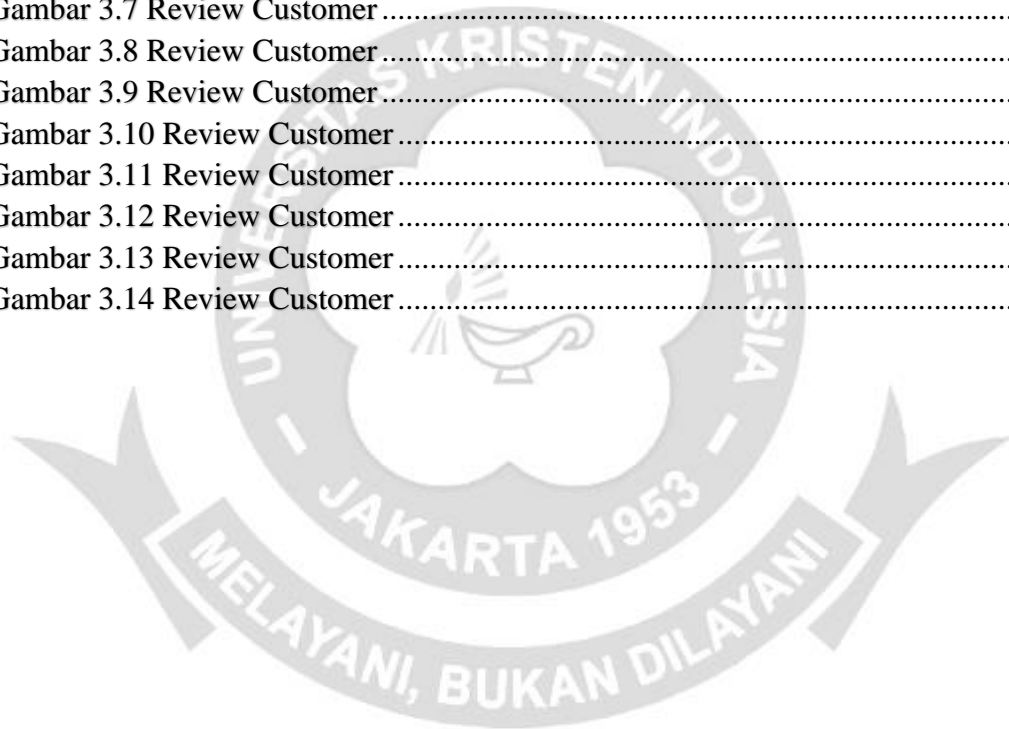
1.7.4 Unit Analisis Data.....	19
1.7.5 Metode Pengumpulan Data	19
1.7.6 Sumber Data.....	20
1.7.7 Teknik Analisis dan Interpretasi Data.....	21
1.7.8 Keabsahan Data.....	22
BAB II.....	23
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	23
2.1 Gambaran Umum The Originote	23
2.2 Produk <i>Skincare</i> The Originote	24
2.3 Karakteristik Konsumen	26
2.4 Media Sosial	27
2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	27
2.4.2 Karakteristik Media Sosial	28
2.4.3 Fungsi Media Sosial	29
2.5 TikTok	30
2.5.1 Sejarah TikTok.....	30
2.5.2 Jenis Konten TikTok.....	31
2.5.3 Strategi TikTok.....	32
2.6 Penggunaan <i>Influencer</i>	33
BAB III.....	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
3.1 Hasil Temuan.....	36
3.1.1 Promosi e-WoM The Originote.....	36
3.1.2 <i>Review</i> Ketidakpuasan <i>Customer</i>	38
3.1.3 <i>Review</i> Kepuasan Pengguna	41
3.1.4 <i>Influence</i> Penggunaan Originote.....	46
3.2 Pembahasan	50
3.2.1 Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Mendukung Promosi Produk <i>Skincare</i> The Originote.....	50
3.3 Kontribusi <i>Influencer</i> Dalam Memaksimalkan Strategi e-WoM Pada Produk <i>Skincare</i> The Originote	57
BAB IV	64
PENUTUP.....	64
4.1 Kesimpulan	64
4.2 Saran	66

4.2.1 Saran Akademis.....	66
4.2.2 Saran Praktis.....	66
4.2.3 Saran Sosial	66
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kirana	6
Gambar 1. 2 Dosen Kecantikan	6
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	16
Gambar 3. 1 Review Customer	38
Gambar 3.2 Review Customer	39
Gambar 3.3 Review Customer	40
Gambar 3.4 Review Customer	41
Gambar 3.5 Review Customer	42
Gambar 3.6 Review Customer	43
Gambar 3.7 Review Customer	44
Gambar 3.8 Review Customer	44
Gambar 3.9 Review Customer	45
Gambar 3.10 Review Customer	46
Gambar 3.11 Review Customer	47
Gambar 3.12 Review Customer	48
Gambar 3.13 Review Customer	49
Gambar 3.14 Review Customer	49



DAFTAR SINGKATAN

WoM	<i>Word of Mouth</i>
e-WoM	<i>electronic Word of Mouth</i>



ABSTRAK

Media sosial TikTok selain berguna untuk bersosialisasi dan berinteraksi tetapi juga dapat dijadikan sebagai ulasan positif dan negatif guna mendeskripsikan suatu barang yang digunakan seperti *skincare* The Originote melalui kolom komentar *influencer* @nakiirana dan @dosenkecantikan. Tidak hanya berbagai, ulasan tetapi mereka sering membagikan konten yang bersifat informatif dan mengedukasi para pengguna nya. Secara rinci, penulisan ini akan membahas mengenai penggunaan media sosial TikTok dalam mendukung promosi *skincare* The Originote melalui *electronic Word of Mouth* serta kontribusi *influencer* dalam memaksimalkan strategi e-WoM pada produk *skincare* The Originote di platform TikTok. Penulisan ini menggunakan beberapa indikator dari e-WoM, dengan metode penulisan yaitu fenomenologi dan metode pengumpulan data observasi serta studi pustaka. Kemudian, pada level konteks sosial penulis dapat menemukan bahwa tujuan *influencer* ialah untuk mengajak menggunakan produk *skincare* The Originote ini melalui kolom komentar yang mengandung umpan balik ataupun diskusi lanjutan mengenai topik yang sedang dibahas. Penyampaian komentar pada unggahan di akun TikTok @nakiirana dan @dosenkecantikan cenderung menggunakan bahasa sehari-hari yang santai dan juga frontal dikarenakan *influencer* tersebut pun demikian yang menganggap para penonton sebagai temannya sendiri. Hasil penulisan ditemukan bahwa melalui TikTok ini mendukung terciptanya e-WoM yang dilakukan kedua *influencer* tersebut, walaupun hasil yang diperoleh terdapat komentar yang positif dan juga negatif. Namun, hal tersebut akan kembali pada kecocokan dari jenis kulit masing-masing. Walaupun demikian, hasil penulisan yang dapat disimpulkan bahwa adanya kontribusi *influencer* dalam e-WoM ini merupakan hal yang sangat penting dalam produk *skincare* The Originote ini, sebab sebagian besar *viewers* dari kedua *influencer* ini menjadi pengguna pada produk *skincare* The Originote setelah melihat promosi tersebut melalui video pendek di akun pribadi masing-masing *influencer* serta cara penyampaiannya.

Kata Kunci: *Skincare* The Originote, e-WoM, *Influencer*, Kolom Komentar.

ABSTRACT

TikTok's social media is not only useful for socializing and interacting, but it can also be used as positive and negative reviews to describe an item used such as The Originote skincare through the comment column of influencers @nakiirana and @dosenkecantikan. Not only various reviews, but they often share content that is informative and educates their users. In detail, this article will discuss the use of TikTok's social media in supporting The Originote skincare promotion through electronic Word of Mouth as well as the contribution of influencers in maximizing the e-WoM strategy on The Originote skincare products on the TikTok's platform. This writing uses several indicators from e-WoM, with writing methods, namely phenomenology and observation data collection methods and literature studies. Then, at the level of social context, the author can find that the purpose of influencers is to invite the use of The Originote skincare product through a comment column that contains feedback or further discussion about the topic being discussed. The submission of comments on uploads on TikTok accounts' @nakiirana and @dosenkecantikan tends to use casual and frontal colloquialism because the influencer also considers the audience as his own friend. The results of the writing found that through TikTok this supports the creation of e-WoM carried out by the two influencers, although the results obtained have positive and negative comments. However, it will come back to the compatibility of each skin type. However, the results of writing that can be concluded that the contribution of influencers in e-WoM is very important in this The Originote skincare product, because most of the viewers of these two influencers become users of The Originote skincare product after seeing the promotion through a short video on each influencer's personal account and how to deliver it.

Keywords: *Skincare The Originote, e-WoM, Influencer, Comment Section.*