

***EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION LEADER TASYA
FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-
MATTE CUSHION***

SKRIPSI

Oleh

Mutiara Alifa Anhar
2271650139



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

***EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION LEADER TASYA
FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-
MATTE CUSHION***

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

Mutiara Alifa Anhar
2271650139



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Alifa Anhar

NIM : 2271650139

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-MATTE CUSHION"** 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 30 juni 2026

Mutiara Alifa Anhar



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**“EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN KEY OPINION FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-
MATTE CUSHION”**

Oleh:

Nama : Mutiara Alifa Anhar

No. Induk Mahasiswa : 2271650139

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, 30 juni 2026

Menyetujui,

Pembimbing

(Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si)
NIDN 0308096504

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0306108902

Dekan,



(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)
NIDN: 3140388602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 18 juni 2026 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 : Mutiara Alifa Anhar
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION LEADER TASYA FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-MATTE CUSHION"** 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. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	
3. Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si	Sebagai Anggota	

Jakarta, 30 juni 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

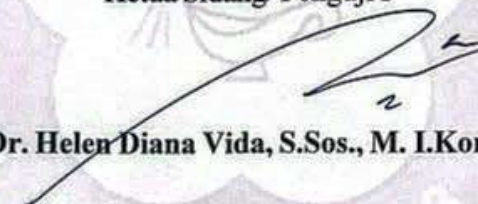
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mutiara Alifa Anhar
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION LEADER TASYA FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-MATTE CUSHION**

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 18 juli 2026

Jakarta, 30 juni 2026

Menyetujui,
Ketua Sidang/ Penguji I


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

Penguji II



(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Penguji III



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Mutiara Alifa Anhar
Nomor Induk Mahasiswa	: 227160139
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir	: Skripsi
Judul Skripsi	: EKSPLORASI CUSTOMER JOURNEY BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEY OPINION LEADER TASYA FARASYA : STUDI PADA PRODUK UNBOTHERED DEMI-MATTE CUSHION

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 Noneksklusif 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 pemilik 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, 30 juni 2026

Yang menyatakan,

Mutiara Alifa Anhar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kekuatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“EKSPLORASI *CUSTOMER JOURNEY* BERBASIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *KEY OPINION LEADER* TASYA FARASYA : STUDI PADA PRODUK *UNBOTHERED DEMI-MATTE CUSHION*”** dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai bentuk kontribusi dalam memahami dinamika pemasaran digital, khususnya melalui pendekatan *customer journey* yang diterapkan oleh KOL Tasya Farasya sebagai aktor strategis dalam lanskap komunikasi pemasaran modern. Di antara halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan kata pengantar adalah halaman yang paling bermakna, karena disinilah penulis menitipkan rasa syukur dan terimakasih yang tidak mampu terucap oleh kata kata. Oleh karena itu penulis menyampaikan kata pengantar kepada;

1. **bpk. Verdinand Robertua, S.Sos.,M.soc., Sc.** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia atas diberikannya ilmu dan wadah bagi mahasiswa.
2. **Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos.,M.I M.,ikom.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis selama perjalanan perkuliahan.
3. **Ibu sunengsih D simatupang S.S., M.,Si.** Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, serta memberikan arahan kepada penulis tanpa rasa takut salah dalam menyusun skripsi ini.
4. **Miss Helen Diana Vida, S.sos.,M.I.Kom.** Yang telah memberikan masukan, kriti, dan saran berharga untuk keberhasilan skripsi ini.
5. **Ka Silvi Nevane Paramasari, S.I.Kom.,M.I.Ko.** telah membimbing dan juga memberikan masukan untuk skripsi penulis hingga berjalan sampai saat ini.
6. **Keenam narasumber** yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih telah membantu penulis dalam memperoleh data penelitian. Tanpa bantuan Anda semua, skripsi ini tidak akan berjalan lancar.

Tidak lupa penulis haturkan Terima Kasih terdalam Kepada kedua orang tua saya, **bpk. Suharyanto dan ibu Any**, yang selalu memberikan kasih sayang serta doa di setiap langkah putrimu, sujud-sujud panjangnya yang tidak pernah putus adalah benteng terkuat dalam hidupku. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka selalu memberikan yang terbaik tanpa kenal lelah sedikitpun.

Untuk ayahku Bpk. Suharyanto , tercinta yang sempat melawan penyakitnya sebelum penulis melaksanakan sidang, namun Allah berkehendak lain. Setelah sidang itu selesai, Ayah pergi meninggalkan anaknya. Kebahagiaan hari itu ayah gantikan dengan duka tapi penulis ikhlas karna Ayah tidak lagi merasakan sakit saat ini. Ayah, lihatlah, putri yang dahulu kamu anggap anak kecil kini sudah beranjak dewasa, dan semangatmu untuk sembuh telah menjadi penguatku dalam menyelesaikan pendidikan hingga meraih gelar sarjana. **Untuk ibuku ibu. Any**, terimakasih sudah membimbing dan memberikan yang terbaik tanpa merasa kekurangan sedikitpun. aku anak terakhir yang tau betul perjuanganmu untuk mengantarkan anak anakmu menuju kesuksesan.

Kepada saudara laki laki penulis **Aray Pratama Anhar S.I.Kom dan Khevin Anzola Anhar**. Terimakasih telah memberikan dukungan dan doa untuk adikmu ini. Kalian adalah contoh, penopang, dan penguat dalam setiap fase kehidupan penulis. Disaat penulis merasa takut dan ragu untuk melanjutkan pendidikan ini, nasihat dari kaka sekalian mampu mengendalikan semangat yang sempat hilang.

Kepada kaka iparku **Hanifah Winda Eka Putri**. Penulis sangat berterima kasih karena selalu membimbing dan mengarahkan apapun yang penulis tidak mengerti. Pengorbanan waktumu di setiap detik yang turut menyumbang jeri payah demi kelancaran finansial studi penulis menjadi momen berharga yang akan selalu penulis ingat.

Kepada kaka iparku **Lesti Sukmawati S.M.** Meski tidak selalu hadir di sisi penulis, perhatian dan dukungan yang tulus telah menjadi sumber kekuatan. Kasih sayangmu mengajarkan arti kebersamaan tanpa memandang bahwa penulis adalah orang lain namun kamu menganggap penulis sebagai adik kandung tanpa

membeda- bedakan.

Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis berikan cukup memotifasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempatan menghadapi dinamika hidup.

Keluarga UKOM Volly Universitas Kristen Indonesia, terimakasih atas wadah dan kesempatan yang kalian berikan penulis untuk terus belajar bertanggung jawab atas waktu dan kerjasamanya dalam sebuah tim, terimakasih sudah memberikan fasilitas yang dapat memudahkan penulis untuk terus melaksanakan kegiatan ini, terimakasih atas teman teman serta rekan rekan yang dapat membantu menjalankan kegiatan ini dengan penuh cerita suka duka hingga memberikan penulis pembelajaran arti kekompakan.

Kepada Saya sendiri Mutiara Aifa Anhar, yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah di mulai. *Last but not least*, anak perempuan terakhir dan harapan orang tua, terimakasih kepada hati yang tetap ikhlas meski banyak hal yang terjadi di luar prediksi. Terimakasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terimakasih kepada raga yang terus melangkah meski lelah menghadapi tekanan tetapi tetap di perjuangkan. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Tuhan berikan. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu di perkuat serta impianmu satu persatu akan terjawab, aamiin....

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi yang penulis buat.

Jakarta, 11 Juni 2026

Mutiara Alifa Anhar

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran Konseptual	7
1.5.1. Key Opinion Leader Tasya Farasya	8
1.5.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	9
1.5.3. Konsep Customer Journey	10
1.6. Metodologi Penelitian	13
1.6.1. Pendekatan Penelitian	13
1.6.2. Tipe Penelitian	14
1.6.3. Metode Penelitian	14
1.6.4. Metode Pengumpulan Data	14
1.6.5. Sumber Data	15
1.6.6. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	16
BAB II DESKRIPSI UMUM PENELITIAN	18
2.1. Profil Tasya Farasya	18
2.2. Objek Penelitian	19
2.3. Demografi Followers dan Jangkauan Digital	20
2.4. Mother Of Pearl	21
2.5. Mekanisme Review, Interaksi	22
2.6. Alasan Pemilihan Objek	24
2.7. Informan Penelitian	26
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
3.1. Temuan Penelitian	29
3.1.1. Tahap Awareness (Kesadaran)	30
3.1.2. Tahap Consideration (Pertimbangan)	32
3.1.3. Tahap Evaluation (Evaluasi)	34
3.1.4. Tahap Purchase Decision (Keputusan Pembelian)	36
3.1.5. Tahap Post-Purchase Experience (Pasca-pembelian)	38

3.1.6. Tahap Loyalty (Loyalitas)	40
3.2. Pembahasan.....	42
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
4.1. Kesimpulan	46
4.2. Saran.....	47
4.2.1. Saran Akademis.....	47
4.2.2. Saran Praktis.....	48
4.2.3. Saran Soial.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Home Instagram Tasya Far	21
Gambar 2. 2 Tasya Farasya Review MOP	23



ABSTRAK

Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia semakin erat kaitannya dengan pemanfaatan media sosial, khususnya melalui kolaborasi dengan para *KOL Tasya Farasya* sebagai ujung tombak promosi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Tasya Farasya lewat fitur Instagram Reels mampu membentuk tahapan customer journey di kalangan para pengikutnya, terutama dalam konteks produk *Unbothered Demi-Matte Cushion* milik *Mother of Pearl (MOP) Beauty*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji penerapan strategi tersebut berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, mulai dari tahap pengenalan merek hingga terbentuknya loyalitas pelanggan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada enam informan, yakni perempuan berusia antara 19 hingga 31 tahun yang secara aktif mengikuti konten Tasya Farasya di Instagram. Proses analisis data mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan secara digital. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa konten Instagram *Reels* yang dibawakan Tasya Farasya terbukti efektif dalam membangun *customer journey* melalui tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Faktor kredibilitas serta kejujuran dalam menyampaikan ulasan produk menjadi elemen penentu yang berhasil menumbuhkan kepercayaan audiens, yang pada akhirnya mendorong munculnya minat beli sekaligus loyalitas terhadap merek *MOP Beauty*. Pendekatan konten yang memadukan nilai visual yang menarik dengan muatan edukatif terbukti efektif dalam mengarahkan konsumen melewati setiap fase perjalanan pelanggan secara alami dan organik.

Kata Kunci: *Customer Journey, KOL Tasya Farasya Marketing, Instagram Reels, Tasya Farasya, MOP Beauty.*

ABSTRACT

The growth of Indonesia's beauty industry has become increasingly intertwined with the use of social media, particularly through collaborations with KOL Tasya Farasyas as the frontline of promotional efforts. This study focuses on how the marketing communication strategy implemented by Tasya Farasya through Instagram Reels is capable of shaping the stages of the customer journey among her followers, especially in the context of the Unbothered Demi-Matte Cushion product by Mother of Pearl (MOP) Beauty. The aim of this research is to examine the extent to which the application of this strategy influences the consumer purchasing decision process, ranging from the brand awareness stage through to the formation of customer loyalty. This research employs a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with six informants, namely women between the ages of 19 and 31 who actively follow Tasya Farasya's content on Instagram. The data analysis process encompassed three stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing, all based on interview results and digital observation. The findings of this study reveal that Instagram Reels content presented by Tasya Farasya proved effective in building the customer journey across three primary dimensions, namely cognitive, affective, and conative. Credibility and honesty in delivering product reviews emerged as the determining factors that successfully cultivated audience trust, ultimately driving the emergence of purchase intention as well as loyalty toward the MOP Beauty brand. A content approach that combines compelling visual aesthetics with educational value was shown to be effective in guiding consumers through each phase of the customer journey in a natural and organic manner.

Keywords: Customer Journey, KOL Tasya Farasya Marketing, Instagram Reels, Tasya Farasya, MOP Beauty.