



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



**DEWI AYU**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI PENELITIAN DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian dengan judul “Pengaruh Konten *Beauty Influencer* Sabrina Chairunnisa di Tiktok Terhadap Minat Beli *Makeup Somethinc*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir penelitian ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Dewi Ayu  
J1301211031

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## ABSTRAK

DEWI AYU. Pengaruh Konten *Beauty Influencer* Sabrina Chairunnisa di Tiktok Terhadap Minat Beli Produk *Makeup* Somethinc. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI.

Somethinc adalah salah satu *brand* kecantikan yang dirilis pada tahun 2019. *Brand* kecantikan ini menjadi salah satu dari ribuan produk lokal di Indonesia yang menjadikan media sosial sebagai wadah promosi serta jual beli. Aplikasi yang digunakan yaitu Tiktok, sehingga banyak tantangan dalam mengetahui adanya pengaruh minat beli konsumen yang dilihat dari salah satu konten *beauty influencer* Sabrina Chairunnisa. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan *purposive sampling* dengan pengolahan data yang diproses dengan teknik analisis regresi linier berganda. Alat pengolahan data menggunakan *statistical product and service solution* (SPSS) 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas informasi dan kredibilitas sumber berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Indikator yang berpengaruh dalam variabel kualitas informasi adalah relevansi dalam isi informasi konten dan untuk variabel kredibilitas sumber indikator yaitu daya tarik. Pada variabel minat beli, indikator yang paling berpengaruh yang dilihat pada nilai rata-rata item ditunjukkan pada *attention*.

Kata kunci: kualitas informasi, kredibilitas sumber, minat beli

## ABSTRACT

DEWI AYU. *The Influence of Beauty Influencer Sabrina Chairunnisa's Content on TikTok on Purchase Interest of Somethinc Makeup. Supervised by VIVIEN FEBRI ASTUTI.*

*Somethinc is one of the beauty brands released in 2019. This beauty brand is one of thousands of local products in Indonesia that use social media as a place for promotion and buying and selling. The application used is Tiktok, so there are many challenges in knowing the influence of consumer buying interest as seen from one of the beauty influencer Sabrina Chairunnisa's content. This study was conducted by collecting data through distributing questionnaires using the purposive side with data processing processed using multiple linear regression analysis techniques. The data processing tool uses statistical product and service solution (SPSS) 26. The results of the study showed that both information quality variables and source credibility had a positive and significant effect on consumer buying interest. The indicator that influences the information quality variable is the relevance in the content of the information content and for the source credibility variable the indicator is attractiveness. In the buying interest variable, the most influential indicator seen in the average item value is shown in attention.*

*Keywords:* *information quality, purchase interest, source credibility*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

©Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **PENGARUH KONTEN BEAUTY INFLUENCER SABRINA CHAIRUNNISA DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MAKEUP SOMETHINC**

**DEWI AYU**

Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Laporan : Pengaruh Konten *Beauty Influencer* Sabrina Chairunnisa di Tiktok terhadap Minat Beli Produk *Makeup* Somethinc  
Nama : Dewi Ayu  
NIM : J1301211031

Disetujui

Pembimbing :  
Vivien Febri Astuti, S.I.Kom, M.I.Kom.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Hudi Santoso, SSos, MP  
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT  
NIP. 1966071719992031003

Tanggal Ujian: 14 Juli 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan tugas akhir ini berhasil diselesaikan dengan lancar. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten *Beauty Influencer* Sabrina Chairunnisa di Tiktok Terhadap Minat Beli Produk *Makeup Somethinc*” yang dilaksanakan sejak bulan Maret dan berhasil selesai pada Mei 2025.

Penelitian ini dibuat untuk memenuhi laporan akhir dalam mendapatkan gelar Sarjana Terapan Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media. Peneliti menyadari banyak pihak yang turut membantu sejak awal penyusunan sampai selesai penelitian ini. Penulis ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing, Vivien Febri Astuti, S.I.Kom.,M.I.Kom., yang telah membimbing dan banyak memberikan saran. Ucapan terima kasih juga kepada Dekan Sekolah Vokasi Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT serta Ketua Program Studi Komunikasi Dr. Hudi Santoso, SSos, MP.

Saya ucapan terima kasih kepada pembimbing akademik, moderator seminar dan penguji yang telah memberikan masukan berharga dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Penghargaan penulis ini disampaikan kepada Bapak atau Ibu staf pengajar dan administrasi Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta seluruh pihak yang memberikan izin, fasilitas, dan bantuan selama proses penelitian dan pengambilan data.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang selalu membantu dan mendukung selama pelaksanaan penelitian ini, yaitu kepada kedua orang tua Emi Nurhayati dan Apa Nurdin yang selalu mengasihi dan memberikan kasih sayang, terima kasih penulis ucapan atas segala pengorbanan berupa metrial maupun nonmaterial yang selalu diberikan tanpa pamrih.

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Syabina Nur Syania, Nabila Vitaloka, Aghistna Kausara, sebagai teman penulis yang sudah bersama sejak perkuliahan semester satu. Terima kasih sudah selalu menemani masa sulitnya penulis dengan terus memberikan dukungan, kasih sayang, kebahagian sampai penyusunan laporan akhir, kehadiran mereka sangat berarti dan menjadikan salah satu rasa bersyukur penulis dalam hubungan pertemanan ini.

Penulis berterima kasih juga kepada Ananda Nurfadillah, Neri Putri dan Marsya selaku teman yang memang bertemu pada masa-masa semester akhir, tetapi selalu memberikan dukungan yang besar sampai detik ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan media.

Bogor, Juli 2025

Dewi Ayu



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	ix
<b>I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	7
2.1 Model AISAS	7
2.2 Media Sosial	9
2.3 Interaksi Media Sosial	10
2.4 Aplikasi TikTok	10
2.5 Konten Video Produk <i>Meakup</i> Pada Aplikasi TikTok	12
2.6 Kualitas Informasi Dalam Konten	14
2.7 Kredibilitas Sumber	15
2.8 Beauty Influencer	15
2.9 Minat Beli	16
2.10 Konsep Konten Sabrina Chairunnisa	16
2.11 Penelitian Terdahulu	17
2.12 Kerangka Penelitian	25
2.13 Hipotesis	26
<b>III METODE</b>	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Waktu dan Lokasi	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.6 Uji Hipotesis	35
3.7 Definisi Operasional	36
3.8 Luaran Penelitian	40
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Karakteristik Responden	45
4.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.5 Uji Hipotesis	57
4.6 Pembahasan	59
<b>V SIMPULAN DAN SARAN</b>	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

67  
71  
81

@*Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

IPB University



## DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	17
2	Durasi Penelitian 2025	27
3	Format Skala Likert 1-4	30
4	Uji validitas kualitas informasi	31
5	Uji validitas kredibilitas sumber	32
6	Uji validitas minat beli	32
7	<i>Cronbach's Alpha</i>	33
8	Uji reabilitas	33
9	Rentang Skala	36
10	Definisi operasional $X_1$	37
11	Definisi operasional $X_2$	38
12	Definisi operasional Y	39
13	Karakteristik responden	45
14	Variabel Relevansi	47
15	Variabel Kedalaman dan Keluasan Informasi	47
16	Variabel Faktualisasi	48
17	Variabel Keahlian	48
18	Variabel Daya Tarik	49
19	Variabel Kepercayaan	50
20	Variabel Perhatian ( <i>Attention</i> )	50
21	Variabel Minat ( <i>Interest</i> )	51
22	Variabel Pencarian ( <i>Search</i> )	52
23	Variabel Tindakan ( <i>Action</i> )	52
24	Variabel Berbagi ( <i>Share</i> )	53
25	Hasil Uji Normalitas	53
26	Hasil uji multikolinieritas	54
27	Hasil uji heteroskedastisitas	55
28	Hasil analisis regresi linier berganda	56
29	Hasil uji parsial (Uji-T)	57
30	Hasil uji simultan (Uji F)	58
31	Hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ )	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Jumlah populasi yang menggunakan media sosial di Indonesia	9
Tingkatan jumlah 8 negara dengan pengguna TikTok terbesar	11
Di dunia	
Persentase konten <i>online</i> yang paling banyak diakses masyarakat	12
Akun TikTok Somethinc	13
Kerangka pemikiran peneliti	26
Logo Somethinc	26
Kolaborasi dengan Somethinc	41
Tutorial untuk berbagai <i>look</i> dari Sabrina Chairunnisa	42
GRWM Berbagi Aktivitas Sabrina Chairunnisa	43
<i>Review Makeup</i> Sabrina Chairunnisa	44
<i>Makeup Hacks</i> Sabrina Chairunnisa	44

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar Pertanyaan Kuesioner	72
2	Kuesioner A	73
3	Kuesioner B	75
4	Kuesioner C	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.