

KREDIBILITAS SUMBER PADA TIKTOK @DOCTOR.INCOGNITO_99 TERHADAP KEPERCAYAAN *FOLLOWERS* DALAM MEMILIH *SKINCARE*

SINTIYA



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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Kepercayaan *Followers* dalam Memilih *Skincare*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun 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 laporan akhir ini.

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

Bogor, Juni 2025

Sintiya
J0301211334

ABSTRAK

SINTIYA. Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Kepercayaan *Followers* dalam Memilih *Skincare*. Dibimbing oleh ABUNG SUPAMA WIJAYA

Perkembangan media sosial terutama di TikTok, telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk dalam memilih produk skincare. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap tingkat kepercayaan *followers* dalam memilih *skincare*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 100 responden, yang merupakan followers aktif akun tersebut. Variabel kredibilitas sumber dianalisis melalui tiga dimensi, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Sementara itu, kepercayaan *followers* diukur melalui kemampuan, integritas, dan niat baik. Hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kredibilitas sumber dengan kepercayaan *followers* dalam memilih *skincare*, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 53,8%. Temuan ini menekankan pentingnya kredibilitas sumber informasi dalam membentuk kepercayaan audiens di era digital, khususnya pada konten berbasis edukasi kesehatan di media sosial.

Kata kunci: *followers*, kredibilitas sumber, *skincare*, tiktok

ABSTRACT

SINTIYA. Source Credibility on TikTok Account @doctor.incognito_99 towards Followers' Trust in Choosing Skincare. Supervised by ABUNG SUPAMA WIJAYA

The rise of social media, especially TikTok, has transformed how people access information, including in skincare product selection. This study aims to analyze the influence of source credibility on the TikTok account @doctor.incognito_99 toward followers trust in choosing skincare. A quantitative approach was used, employing an online questionnaire survey distributed to 100 respondents who are active followers of the account. The credibility variable was assessed through three dimensions: expertise, trustworthiness, and attractiveness. Meanwhile, followers' trust was measured using ability, integrity, and benevolence. The results of the regression analysis showed a positive and significant influence of source credibility on followers trust in skincare selection, with a determination coefficient of 53.8%. These findings highlight the importance of credible information sources in shaping audiens trust in the digital era, particularly in health education content on social media platforms.

Keywords: followers, source credibility, skincare, tiktok.



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 merugikan 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, penelitian, 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.



KREDIBILITAS SUMBER PADA TIKTOK @DOCTOR.INCOGNITO_99 TERHADAP KEPERCAYAAN *FOLLOWERS* DALAM MEMILIH *SKINCARE*

@Hak cipta milik IPB University

SINTIYA

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

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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 merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.



Judul Penelitian : Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99
Terhadap Kepercayaan *Followers* dalam Memilih *Skincare*

Nama : Sintiya
NIM : J0301211334

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:
11 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari hingga Mei 2025 dengan fokus pada media sosial dan kepercayaan *followers*, khususnya pada judul “Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Keputusan *Followers* dalam Memilih *Skincare*”. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ibu Titin dan Bapak Ahmadi, orang tua tercinta, Sofia Lathifa selaku adik tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas kasih sayang yang tak terhingga, doa yang tak pernah putus, serta dukungan dalam bentuk apa pun yang selalu mengiringi setiap prosesnya.
2. Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si., dosen pembimbing yang dengan kesabarannya telah membimbing penulis, memberikan masukan yang membangun, serta menjadi sosok pengarah yang sangat berarti dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T, selaku Dekan Sekolah Vokasi Institute Pertanian Bogor, Dr. Hudi Santoso, S.Sos, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji pada ujian laporan akhir, Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn selaku dosen verifikator jurnal pada tahap seminar hasil, dan Dr. Leonard Dharmawan, M.Si selaku dosen moderator pada tahap kolokium dan seluruh dosen serta staf di Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.
3. dr. Abelina, MM, MARS (MHA), selaku pemilik akun TikTok @doctor.incognito_99 yang menjadi objek dalam penelitian ini. Penulis menyampaikan apresiasi atas konten edukatif yang telah diunggah dan menjadi bagian penting dalam penyusunan laporan akhir ini.
4. Terima kasih penulis sampaikan kepada para sahabat tersayang: Zhafier Zulfiqar, Siti Nur Azizah, Sesha Dewi, Randhea Prameswari, Artanti Fatimah, Zifa Anggraini, Marwa Disti, Firda Ariviani, Winna Amelia, Nesya, serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa, semangat, dan kebersamaan yang telah menjadi penguat selama proses penyusunan laporan akhir ini.
5. Teman-teman Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 58, serta teman-teman bimbingan Pak Abung, yang telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan akademik ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta turut berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Sintiya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Pemikiran	17
2.4 Hipotesis	18
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.3 Data dan Instrumen	20
3.4 Definisi Operasional	20
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.7 Teknik Analisis Data	25
3.8 <i>Output</i> atau Luaran Penelitian	29
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Akun	31
4.2 Karakteristik Responden	32
4.3 Pengaruh Kredibilitas TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Tingkat Kepercayaan <i>Followers</i> dalam Memilih <i>Skincare</i>	34
4.4 Analisis Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Kepercayaan <i>Followers</i> dalam Memilih <i>Skincare</i>	48
4.5 Besaran Kredibilitas Sumber pada TikTok @doctor.incognito_99 terhadap Kepercayaan <i>Followers</i> dalam Memilih <i>Skincare</i>	50
V SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	76



DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian terdahulu	10
3. 1 Data penelitian menurut jenis dan teknik pengumpulan data	20
3. 2 Definisi operasional kredibilitas sumber	21
3. 3 Definisi operasional kepercayaan <i>followers</i>	22
3. 4 Hasil uji reliabilitas	24
3. 5 Instrumen Kuesioner	24
3. 6 Skor skala <i>likert</i>	25
3. 7 Skor peringkat kategori	25
3. 8 Uji normalitas	27
3. 9 Uji linearitas	27
4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	32
4.2 Profil responden berdasarkan usia	33
4.3 Profil responden berdasarkan pekerjaan	33
4.4 Keluasan pengetahuan	34
4.5 Frekuensi berbagi wawasan baru	35
4.6 Sumber informasi yang berasal dari ahli	35
4.7 Pemahaman mendalam terhadap topik <i>skincare</i>	36
4.8 Kejelasan data	37
4.9 Kejujuran konten	37
4.10 Ketulusan penyampaian	38
4.11 Tampilan visual yang menarik	38
4.12 Gaya penyampaian yang mudah dipahami	39
4.13 Pengalaman menonton yang memicu rasa penasaran.	39
4.14 Informasi dapat dijadikan referensi	40
4.15 Peran dalam pengambilan keputusan	41
4.16 Rekomendasi produk aman dan layak digunakan	42
4.17 Kejujuran dalam menjelaskan manfaat dan risiko produk	43
4.18 Keterbukaan dalam menyampaikan informasi penting	43
4.19 Tidak memihak merek tertentu	43
4.20 Kepedulian terhadap kesehatan kulit audiens	44
4.21 Dampak panjang penggunaan produk	45
4.22 Edukasi pemahaman yang mendalam	45
4.23 Hasil uji regresi linear sederhana	46
4.24 Pengaruh X terhadap Y	47
4.25 Hasil koefisien determinasi	47
4.26 Hasil uji hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

2. 1 Kerangka Penelitian	17
4. 1 Akun TikTok @doctor.incognito_99	31

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian	58
2. Tabulasi Data	62
3. Uji validitas variable X	65
4. Uji validitas variabel Y	67
5. Uji reliabilitas X	68
6. Uji reliabilitas Y	68
7. Uji normalitas	69
8. Uji hipotesis	69
9. Tabel R signifikansi 5%	70
10 Tabel t signifikansi 5%	71