PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA MEREK @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Via Amanda Putri Suhendar

44222110064

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA MEREK @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Via Amanda Putri Suhendar

44222110064

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Via Amanda Putri Suhendar
NIM	: 44222110064
Fakultas/Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA MEREK @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026



Via Amanda

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: Via Amanda Putri Suhendar
NIM	: 44222110064
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Dengan judul " PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA MEREK @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini di ajukan oleh :

Nama	: Via Amanda Putri Suhendar
NIM	: 44222110064
Fakultas/Program Studi	: Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Opini Publik terhadap Citra Merek @SSSKIN di Media Sosial Tiktok

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 03 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Yuliawati, S.Sos., M.Ikom.
NIDN/NUPTK : 0306097205

Jakarta, 12 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr Ahmad Mulyana, M.Si)	(Dr. Farid Hamid Umarella,M.Si)
NIDN/NUPTK : 0318116602	NIDN/NUPTK : 0301117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmat-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir berjudul **" PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA MEREK @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK "** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat selesai.

Ucapan terima kasih tujukan kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Yang Telah Memberikan Bimbingan, Petunjuk Dan Masukan Kepada Penulis Sehingga Dapat Menyelesaikan Tugas Akhir Ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teristimewa kedua orang tua penulis, Bapak Haryanto dan Ibu Kamsiyah yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih Ibu yang selalu menjadi alasan untuk penulis tetap semangat melanjutkan pendidikan setinggi mungkin. Gelar ini penulis berikan khusus untuk kedua *support system* yang bisa mendampingi hingga saat ini.
7. Kepada Abang, Kakak Ipar, Adik penulis, Dicky, Stella, Fahri, Fahmi, Riska Terima kasih Dukungan dan Support nya.
8. Kepada rekan kerja penulis, Bapak Andiz, Devi, Ayu Terima kasih Dukungan

lib.mercubuana.ac.id

nya dalam proses menyelesaikan gelar S.Ikom.

9. Sahabat lama penulis, Karina, Anysha, Kintan, Jihan, Dinda yang tetap ada untuk saling memberikan dukungan sejak 2016. Menemani penulis meskipun sedang dalam kondisi yang tidak baik, hingga menyaksikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Teman seperjuangan, Diana, Dinda, Mayliana, Ruri, Erina, Nabila, Yupa, Agung, Farel, Fadhil Terima kasih Telah Memotivasi dan Mendukung penulis dengan kasih sayang.
11. Kepada followers akun @SSSKIN yang turut membantu dalam mengisi kuesioner penelitian
12. Kepada seluruh pihak yang turut memberikan dukungan namun tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari tanpa bantuan dari semua pihak, tidak akan mungkin tugas akhir dapat diselesaikan. Semoga bantuan terhadap peneliti dalam menyusun tugas akhir mendapat ridho dan pahala dari Allah SWT, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca

Jakarta, 12 Agustus 2026

Via Amanda

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Via Amanda Putri Suhendar

NIM : 44222110064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Opini Publik terhadap Citra Merek @SSSKIN di Media Sosial Tiktok

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan laporan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026



Via Amanda

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP CITRA @SSSKIN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Via Amanda Putri Suhendar

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah menjadikan platform tersebut sebagai ruang publik digital yang mampu membentuk opini publik dan memengaruhi citra suatu merek. Opini yang disampaikan pengguna melalui komentar, ulasan, maupun pengalaman penggunaan produk dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu brand. Salah satu merek lokal yang menjadi perhatian adalah @SSSKIN, yang memperoleh berbagai tanggapan positif maupun negatif dari pengguna TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh opini publik terhadap citra @SSSKIN di media sosial TikTok.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon) yang menjelaskan tentang bagaimana stimulus yaitu konten dapat memengaruhi respon audiens berupa opini publik

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pengikut akun SSSKIN. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek @SSSKIN di media sosial TikTok. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,765 menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel, sedangkan hasil uji hipotesis memperoleh nilai t hitung sebesar 11,769 dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05) sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,586 menunjukkan bahwa opini publik memberikan kontribusi sebesar 58,6% terhadap pembentukan citra merek @SSSKIN, sedangkan 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini memperkuat teori S-O-R, bahwa opini publik yang berkembang melalui TikTok sebagai stimulus mampu membentuk persepsi pengguna hingga menghasilkan respons berupa citra merek yang positif.

Kata Kunci: opini publik, citra merek, TikTok, S-O-R.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF PUBLIC OPINION ON THE IMAGE OF @SSSKIN ON TIKTOK

Via Amanda Putri Suhendar

ABSTRACT

The growth of social media, particularly TikTok, has transformed the platform into a digital public sphere capable of shaping public opinion and influencing a brand's image. Opinions expressed by users—whether through comments, reviews, or product usage experiences—can affect public perception of a brand. One local brand attracting attention is @SSSKIN, which has garnered a mix of positive and negative responses from TikTok users. This study aims to determine and analyze the influence of public opinion on the image of @SSSKIN on TikTok.

The study employs the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory, which explains how a stimulus—in this case, content—can influence an audience's response in the form of public opinion.

This research utilizes a positivism paradigm with a quantitative approach and a survey method. Data were collected via questionnaires distributed to followers of the @SSSKIN account. Purposive sampling was used as the sampling technique, involving the selection of respondents based on specific criteria established by the researcher.

The results indicate that public opinion has a positive and significant influence on the brand image of @SSSKIN on TikTok. A correlation coefficient of 0.765 demonstrates a strong relationship between the two variables, while the hypothesis test yielded a t-value of 11.769 with a significance level of 0.000 (<0.05), leading to the acceptance of the research hypothesis. The coefficient of determination (R^2) of 0.586 indicates that public opinion contributes 58.6% to the formation of @SSSKIN's brand image, while the remaining 41.4% is influenced by factors outside the scope of this study. These findings reinforce the S-O-R theory, demonstrating that public opinion developing on TikTok acts as a stimulus capable of shaping user perceptions and eliciting a response in the form of a positive brand image.

Keywords: *public opinion, brand image, TikTok, S-O-R.*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Tujuan Penelitian 11
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.4.1 Manfaat Teoritis 11
1.4.2 Manfaat Praktis 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **13**
2.1 Penelitian Terdahulu 13
2.2 Kajian Teoritis 29
2.2.1. Teori *Stimulus Organism Response* 29
2.2.2. Komunikasi 31
2.2.2.1 Komunikasi Organisasi 32
2.2.3. Public Relations 33
2.2.3.1. Peran Public Relations 35

lib.mercubuana.ac.id

2.2.3.2. Fungsi Public Relation 35
2.2.4. New Media 37
2.2.5. Sosial Media 38
2.2.5.1. TikTok 38
2.2.6. Opini Publik 40
2.2.6.1. Dimensi Opini 41
2.2.7. Citra Merek 42
2.2.7.1. Dimensi Citra Merek 42
2.3. Hipotesis Teori 43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 44
3.1 Paradigma Penelitian 44
3.2 Metode Penelitian 45
3.3 Populasi dan Sampel 45
3.3.1 Populasi 45
3.3.2 Sampel 46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel 48
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep 48
3.4.1 Definisi Konsep 48
3.4.2 Operasionalisasi Konsep 49
3.5 Teknik Pengumpulan Data 53
3.5.1 Data Primer 53
3.5.2 Data Sekunder 53
3.5.3 Uji Validitas 53
3.5.4 Uji Reliabilitas 56
3.6 Teknik Analisis Data 57
3.6.1 Analisis Korelasi Sederhana 58
3.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana 58
3.6.3 Uji T 59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 61
4.1.1 Logo 64

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

4.1.2 Visi dan Misi SSSKIN 64
4.2 Hasil Penelitian 65
4.2.1 Karakteristik Responden 65
4.3 Hasil Analisis Data Variabel X (Opini Publik) 71
4.4 Hasil Analisis Data Variabel Y (*Brand Image*) 80
4.5 Analisis Statistik 90
4.5.1 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Opini Publik 91
4.5.2 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Brand Image 92
4.5.3 Hasil Uji Reliabilitas 93
4.5.4 Hasil Uji Korelasi Sederhana Pengaruh Opini Publik (X) Terhadap Brand Image (Y) 95
4.5.5 Hasil Analisis Regresi Sederhana 96
4.5.6 Hasil Uji Hipotesis 97
4.5.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square) 98
4.6 Pembahasan Penelitian 99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 108
5.1 Kesimpulan 108
5.2 Saran 110
5.2.1 Saran Akademis 110
5.2.2 Saran Praktis 111
DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN 118

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 TikTok jadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada 2024 2
Gambar 1.2 Akun TikTok SSSKIN 7
Gambar 1.3 akun TikTok SSSKIN yang mendapat komentar negatif..... 7
Gambar 1.4 akun Tiktok leimarliana pengguna SSSKIN 8
Gambar 1. 5 akun Tiktok Jessica Barnett pengguna SSSKIN 9
Gambar 1. 6 akun Tiktok iniecel7 pengguna SSSKIN 10
Gambar 3.1 Followers TikTok @SSSKIN tahun 2025 46
Gambar 4.1 akun TikTok SSSKIN 61
Gambar 4.2 Logo SSSKIN..... 64
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 65
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Akun Tiktok Aktif 66
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Konten @SSSKIN di Tiktok 67
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Review atau Testimoni @SSSKIN di Tiktok 68
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mencoba Produk @SSSKIN 69
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 17 Tahun..... 70
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Opini Publik..... 79
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Brand Image 90

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep 49
Tabel 3.2 Uji Validitas *Pretest Variabel Independen* 54
Tabel 3.3 Uji Validitas *Pretest* Variabel Dependen 55
Tabel 3.4 Interval Uji Realibitas 57
Tabel 3. 5 Interval Uji 57
Tabel 4.1 Skala Likert 71
Tabel 4.2 Frekuensi Elemen Kepercayaan (*Belief*) 72
Tabel 4.3 Frekuensi Elemen *Attitude* 74
Tabel 4. 4 Frekuensi Elemen *Perception* 76
Tabel 4.5 Tabulasi Angket Variabel Opini Publik 78
Tabel 4.6 Frekuensi Elemen *Ide* 80
Tabel 4.7 Frekuensi Elemen Keyakinan 81
Tabel 4.8 Frekuensi Elemen Nilai-Nilai 83
Tabel 4.9 Frekuensi Elemen Kepentingan 84
Tabel 4.10 Frekuensi Elemen Fitur 86
Tabel 4.11 Tabulasi Angket Variabel Brand Image 89
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Opini Publik 91
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Brand Image 92
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 93
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi Sederhana 95
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Sederhana 96
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis 97
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square) 98
Tabel 4.19 Kriteria Uji Korelasi Sederhana 103

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Curriculum Vitae 118
Lampiran 2 : Surat Permohonan Data untuk Skripsi 119
Lampiran 3 : Surat Perizininan TA 120
Lampiran 4 : Surat Bebas Perpustakaan 121
Lampiran 5 : Form Responden..... 122
Lampiran 6 : Data Responden 100 Sampel..... 125
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pretest 30 Sampel 128
Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Maintest 100 Sampel 130

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id