



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Pengaruh Penggunaan Youtube One Brand Make Up Tutorial Tasya
Farasya Terhadap Peningkatan Citra “Focallure”**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

MERCU BUANA

Yuni Astuti

44215010031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuni Astuti

NIM : 44215010031

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PENGGUNAAN YOUTUBE ONE BRAND MAKE UP TUTORIAL TASYA FARASYA TERHADAP PENINGKATAN CITRA “FOCALLURE”

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya saya cantumkan sebagai mana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 12 April 2021
Yang membuat pernyataan



Yuni Astuti

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN YOUTUBE ONE BRAND MAKE UP TUTORIAL TASYA FARASYA TERHADAP PENINGKATAN CITRA "FOCALLURE"**

Nama : Yuni Astuti

NIM : 44215010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 12 April 2021

Mengetahui,
Pembimbing



(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN YOUTUBE ONE BRAND MAKE UP TUTORIAL TASYA FARASYA TERHADAP PENINGKATAN CITRA "FOCALLURE"**

Nama : Yuni Astuti


NIM : 44215010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 12 April 2021

Ketua Sidang
(Suyaning Hayati, MM, M.Ikom)


(.....)

Penguji Ahli
(Dr. A. Rahman, M.Si)


(.....)

Pembimbing
(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom.)


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN YOUTUBE ONE BRAND MAKE UP TUTORIAL TASYA FARASYA TERHADAP PENINGKATAN CITRA "FOCALLURE"**

Nama : Yuni Astuti

NIM : 44215010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 12 April 2021 Disetujui

dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Yuliawati, S.Sos., M.Ikom.)



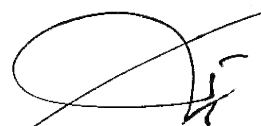
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirohmaanirrohiim

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas kehendak-Nya maka penelitian dan penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Penggunaan Youtube One Brand Make Up Tutorial Tasya Farasya Terhadap Peningkatan Citra "Focallure" dapat diselesaikan dengan baik.

Terwujudnya Skripsi ini tidak lepas dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membimbing dan mengarahkan penulis, baik dari segi tenaga, keuangan, dan pengetahuan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Yth. Ibu Yulawati, S.Sos,M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran serta kesabaran yang telah Ibu berikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Yth, Ibu Elly Yulawati, M.si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Univesitas Mercu Buana.
3. Yth. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi.
4. Yth. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah menambah ilmu pengetahuan kepada Peneliti.

6. Kepada Bapak Nasril dan Ibu Ida Royani selaku Bapak dan Mama yang Peneliti cintai yang selalu menyemangati, mendoakan serta memberi bantuan keuangan untuk menyelesaikan skripsi ini.
 7. BBCF (Deby, Aumia, Desty, Syifa) yang meluangkan waktu kapanpun untuk menjawab pertanyaan seputar skripsi yang dilontarkan peneliti.
 8. Quinzee (Ryan, Nina, Dita, Ayu, Nisa, Ansi, Fariza, Rani, Nabilah, Venna) yang dengan senang hati menemani peneliti mengerjakan skripsi dimanapun.
 9. Cabat (Anggi, Febby, Shyfa, Della, Puspa, Yunita, Hady, Iqbal, Chika) yang selalu memberikan informasi terbaru terkait kampus dan skripsi.
 10. Para Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan sehingga skripsi ini dapat terwujud.
 11. Teman-teman Paprika 2015, terimakasih atas semua waktu, kenangan, ilmu, dan air mata serta canda yang kalian bagi selama ini.
- UNIVERSITAS
MERCU BUANA
- Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayahnya bagi kita semua. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa/i Jurusan Public Relations.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Jakarta, 12 April 2021

Yuni Astuti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBARPERNYATAANMAHASISWA.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoretis.....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.2.2 Tujuan Komunikasi.....	18
2.2.3 Tradisi- Tradisi Teori Komunikasi.....	19
2.2.4 Teori Uses and Effect.....	21
2.3 New Media.....	24
2.4 Media Sosial.....	26
2.5 Youtube.....	28

2.6 Brand Image (Citra Merek).....	30
1. Citra (Image).....	30
2) Brand (Merek).....	34
3) Brand Image (Citra Merek).....	35
2.7 Hipotesis	35
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	40
3.5 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	42
3.5.1 Definisi Konsep	42
3.5.2 Operasionalisasi Konsep.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.1 Data Primer	46
3.6.2 Data Sekunder.....	47
3.7 Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1 Uji Validitas	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.8 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan Focallure	55
4.1.2 Toko Online dan Offline Focallure	56
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Data Responden	61
4.2.2 Pengaruh Penggunaan Youtube <i>One Brand Make Up Tutorial</i> Tasya Farasya.....	63
4.2.3 Citra Focallure.....	66

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
4.3.1 Uji Validitas.....	78
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
4.4 Analisis Deskriptif.....	80
4.4.1 Uji Koefisien Korelasi.....	80
4.4.2 Uji Hasil Regresi Linear Sederhana.....	82
4.4.3 Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	83
4.4.4 Uji F.....	84
4.5 Pembahasan.....	85
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	45
Tabel 3. 2 Nilai <i>cronbach Alpha</i>	49
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3. 4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	52
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 2 Frekuensi mengakses Youtube dalam seminggu	63
Tabel 4. 3 Frekuensi menonton video Tasya dalam seminggu	63
Tabel 4. 4 Frekuensi menonton Focallure One Brand Make Up Tutorial.....	64
Tabel 4. 5 Rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk menonton Youtube.....	64
Tabel 4. 6 Rata-rata waktu yang dibutuhkan menonton video Focallure Tasya Farasya .	65
Tabel 4. 7Beragam konten di Youtube mempermudah mencari informasi suatu produk.	65
Tabel 4. 8 Konten video One Brand Make Up tutorial menarik dan menambah informasi mengenai produk tertentu.....	66
Tabel 4. 9 Konten <i>One Brand Make Up</i> tutorial Tasya Farasya menarik untuk ditonton.	67
Tabel 4. 10 Konten yang diunggah Tasya Farasya menjadikan saya membandingkan informasi produk dengan video beauty vlogger lainnya	67
Tabel 4. 11 Konten yang diunggah Tasya Farasya membantu saya membandingkan suatu brand dengan brand lainnya	68
Tabel 4. 12 Konten yang diunggah Tasya Farasya membantu saya mengetahui tentang suatu produk.....	68
Tabel 4. 13 Produsen Focallure menyediakan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	69
Tabel 4. 14 Produsen menyediakan produk resmi dan aman di situs jual-beli online.	69
Tabel 4. 15 Alibaba merupakan situs jual-beli online terpercaya yang menjual produk Focallure untuk pertama kali.....	70
Tabel 4. 16 Video <i>One Brand Make Up</i> Tutorial yang diupload Tasya Farasya membuat saya tertarik dengan produk Focallure.	70
Tabel 4. 17 Saya tertarik dengan produk Focallure karena ulasan yang diberikan oleh Tasya Farasya.....	71
Tabel 4. 18 Video One Brand Make Up tutorial Tasya Farasya menjelaskan produk Focallure dengan baik.	71
Tabel 4. 19 Produk Focallure yang <i>direview</i> dan digunakan Tasya Farasya membuat saya ingin membeli dan mencoba sendiri produk Focallure	72
Tabel 4. 20 Tasya Farasya memberikan <i>review</i> sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya.....	72
Tabel 4. 21 Lebih mudah mengetahui informasi produk kosmetik tertentu melalui video <i>One Brand Make Up</i> Tutorial Tasya Farasya dibanding melalui media lain.	73
Tabel 4. 22 Tasya Farasya hanya <i>mereview</i> produk dengan ulasan jujur sesuai pengalaman pribadi.....	73

Tabel 4. 23 Statement yang disampaikan Tasya Farasya pada video membuat Focallure terlihat layak untuk di pakai.....	73
Tabel 4. 24 Saya mengetahui Focallure melalui Video One Brand Make Up Tutorial Tasya Farasya.....	73
Tabel 4. 25 Setelah menonton video <i>One Brand Make Up</i> tutorial saya tahu Focallure merupakan produk kecantikan dengan harga murah.....	74
Tabel 4. 26 Setelah menonton video <i>One Brand Make Up</i> tutorial saya tahu Focallure memiliki kualitas kosmetik yang bagus.....	74
Tabel 4. 27 Setelah menonton video <i>One Brand Make Up</i> tutorial saya tahu variasi make up apa saja yang ada dalam merek Focallure.....	75
Tabel 4. 28 Setelah menonton video <i>One Brand Make Up</i> tutorial saya tahu Focallure merupakan salah satu kosmetik yang sedang populer.....	75
Tabel 4. 29 Setelah menonton video <i>One Brand Make Up</i> tutorial saya tahu Focallure nyaman untuk dipakai.....	76
Tabel 4. 30 Merek Focallure mudah diingat dan diucapkan.....	76
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas Pengaruh Penggunaan Youtube One Brand Make Up Tutorial Tasya Farasya.....	77
Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas Citra Merek Focallure.....	77
Tabel 4. 33 Hasil uji reliabilitas masing-masing variable.....	78
Tabel 4. 34 Pedoman Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	79
Tabel 4. 35 Uji Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4. 36 uji hasil regresi linear sederhana.....	81
Tabel 4. 37 Uji Koefisien Determenasi.....	83
Tabel 4. 38 uji F test.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Klaim 1 miliar pengguna Youtube (sumber: youtube.com).....	2
Gambar 1. 2 Hasil Survey APJII (Sumber: https://www.apjii.or.id)	3
Gambar 1. 3 Hasil Penelitian We are Social (sumber: <i>wearesocial.com</i>).....	3
Gambar 3. 1 Video Focallure One Brand Tutorial (sumber: Youtube)	38
Gambar 3. 2 Hasil Survei ZAP Beauty Index	41
Gambar 3. 3 Hasil Survei Snapcart	41
Gambar 4. 1 Website Focallure Indonesia	56
Gambar 4. 2 iStyle.id	56
Gambar 4. 3 Instagram Focallure Indonesia	57
Gambar 4. 4 Instagram distributor resmi Focallure Indonesia	57
Gambar 4. 5 jd.id.....	57
Gambar 4. 6 Lazada.co.id	58
Gambar 4. 7 Shopee.co.id	58
Gambar 4. 8 tokopedia.com	58
Gambar 4. 9 Daftar Toko Offline Focallure.....	59
Gambar 4. 10 AEON Mall, BSD	59
Gambar 4. 11 Ars Fashion, Green Lake City, Tangerang.....	60
Gambar 4. 12 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4. 13 Data Responden Berdasarkan Viewers	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Responden.....	96
Lampiran 2 Kuesioner.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	107
Lampiran 5 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	108
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	109
Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determenasi.....	109
Lampiran 8 Hasil Uji F	109
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian	110
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA