



**PENGARUH TERPAAN KONTEN SELEBGRAM TASYA  
FARASYA DI PLATFROM INSTAGRAM TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK MAKEUP  
(Survey Kepada Mahasiswi Broadcasting)**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**NANDA ROSA ADI SAPUTRI**

**NIM 44120010025**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Rosa Adi Saputri  
NIM : 44120010015  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Selebgram Tasya Farasya di Platrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeup (Survey Mahasiswi Broadcasting UMB)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Agustus 2024



putri  
Nanda Rosa Adi Saputri

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN


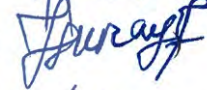

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nanda Rosa Adi Saputri  
NIM : 44120010015  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Selebgram Tasya Farasya di Platrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeup (Survey Mahasiswi Broadcasting UMB)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

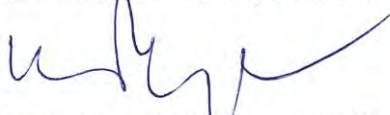
Pembimbing 1 : Dicky Andika, S.Sos. M.Si  
NIDN : 0314048202  
Ketua Penguji : Prof. Dr. Suraya, M.Si  
NIDN : 0327116802  
Penguji Ahli : Taufik Hidayat, M.Ikom  
NIDN : 8834360018

()  
()  
()

UNIVERSITAS

Jakarta, 26 Agustus 2024  
Mengetahui,  
MERCUBUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	: Nanda Rosa Adi Saputri
NIM	: 44120010015
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh Terpaan Konten Selebgram Tasya Farasya di Platrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeup (Survey Mahasiswi Broadcasting UMB)

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 diatas 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, 26 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



( Nanda Rosa Adi Saputri)



## ABSTRAK

Nama : Nanda Rosa Adi Saputri  
NIM : 44120010025  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Selebgram Tasya Farasya di Platfrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeup (Survei Kepada Mahasiswi Broadcasting)  
Pembimbing : Dicky Andika, S.Sos. M.Si

Perkembangan teknologi komunikasi telah membuat media seperti sosial media Intagram semakin populer untuk hiburan dan informasi. Konten selebgram disosial media memiliki kekuatan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi penontonnya. Penelitian ini dilakukan guna untuk mengkaji pengaruh terpaan konten selebgram tasya farasya di platfrom instagram terhadap minat beli dengan subjek penelitian mahasiswi Broadcasting. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R, yang menekankan peran aktif pengguna media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis survei melalui kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan populasi yaitu mahasiswi Broadcasting Universitas Mercu Buana dengan total 134 orang. Melalui perhitungan dengan menggunakan rumus slovin didapatkan total sampel yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan non probability sampling.

Kata Kunci: Instagram, Tasya Farasya, Minat beli, Terpaan Media.

## ABSTRAK

Nama : Nanda Rosa Adi Saputri  
NIM : 44120010025  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Selebgram Tasya Farasya di Platfrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeup (Survei Kepada Mahasiswi Broadcasting)  
Pembimbing : Dicky Andika, S.Sos. M.Si

The development of communication technology has made media such as Instagram social media increasingly popular for entertainment and information. Celebrity content on social media has the power as a factor that can influence the audience. This research was conducted to examine the influence of exposure to the content of the celebgram Tasya Farasya on the Instagram platform on purchasing interest with Broadcasting student research subjects. This research uses the S-O-R theory, which emphasizes the active role of media users. This research uses a quantitative approach with survey analysis via questionnaires. This research used a population, namely Mercu Buana University Broadcasting students with a total of 134 people. Through calculations using the Slovin formula, the total sample was obtained, namely 100 respondents. This research uses non-probability sampling.

Keywords: Instagram, Tasya Farasya, Purchase Interest, Media Exposure, S-O-R

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Konten Selebgram Tasya Farasya Di Platfrom Instagram Terhadap Minat Beli Produk Makeups (survei Kepada Mahasiswi Broadcasting UMB)” Sebagai bentuk dalam memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) yaitu tugas akhir skripsi mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana.

Melalui tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberi banyak manfaat bagi pembaca untuk sebagai bahan pembelajaran dan menambah wawasan dibidang Broadcasting. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa penulisan proposal skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan. Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada:

1. Bapak Dicky Andika, S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing saya dalam melakukan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua program studi ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA selaku sekretaris bidang Broadcasting Universitas Mercu Buana.
6. Kepada seluruh mahasiswi Universitas Mercu Buana program studi Broadcasting, yang telah membantu penulis sebagai Subjek Penelitian ini.
7. Kepada Ibu Meri Diana selaku Ibu dari penulis senantiasa memberi semangat serta doa dalam menjalankan masa perkuliahan dan menyusun skripsi.

8. Kepada teman seperjuangan Melawati, Shafania, Intan, Nena, Nadya, Meisya, dan Dwi aulia yang telah menemani serta memberi semangat kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
9. Kepada Ramanda Maulana, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan, keluh kesah dan memberikan dukungan terhadap penulis. Terima kasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Dengan adanya tugas akhir skripsi ini penulis sangat menyadari bahwa penulisan sangat jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari pembaca semua sangat diharapkan oleh penulis dan penulis terbuka untuk hal tersebut, dalam menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan karya ilmiah ini. Akhir kata, dengan segala hormat penulis berterima kasih serta berharap penelitian ini dapat berguna serta bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Agustus 2024

Nanda Rosa Adi Saputri



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Teori .....	16
2.2.1 Teori S-OR .....	17
2.2.2 New Media.....	18
2.2.3 Media Sosial.....	19
2.2.4 Instagram.....	20
2.2.5 Terpaan Media.....	22

2.2.6 Minat Beli .....	22
2.3 Hipotesis teori.....	26
BAB III .....	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian .....	27
3.2 Metode penelitian .....	28
3.3 Populasi dan sample .....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sample.....	30
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	32
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi .....	32
3.4.1 Definisi Konsep .....	32
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	34
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
3.5.1 Data Primer .....	38
3.5.2 Data Sekunder.....	38
3.5.3 UJI VALIDITAS & RELIABILITAS .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1 Uji Regresi Linear Sederhana .....	43
3.6.2 Analisis Korelasional .....	44
3.6.3 Uji Hipotesis .....	44
BAB IV .....	46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Profile Tasya Farasya .....	46
4.1.2 Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana .....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Data Responden .....	48
4.2.2 Analisis Terpaan Media.....	53
4.2.3 Analisis Minat Beli .....	69
4.2.4 Analisis Korelasional.....	86

4.2.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	87
4.2.6 Uji Hipotesis .....	88
4.3 Pembahasan .....	90
BAB V.....	92
SIMPULAN DAN SARAN .....	92
5.1 Simpulan .....	92
5.2 Saran .....	92
5.2.1 Saran Akademis .....	92
5.2.2 Saran Praktis .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	97



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Boks .....	2
Gambar 1. 2 Profile Instagram Tasya Farasya .....	4
Gambar 1. 3 Databoks.....	5
Gambar 4. 1 Profile Instagram Tasya Farasya .....	46
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Menonton Konten Tasya Farasya .....	51
Gambar 4. 5 Diagram Berdasarkan Pengeluaran saat Belanja.....	53
Gambar 4. 6 Variabel Terpaan Konten (X).....	53
Gambar 4. 7 Variabel Terpaan Konten (X).....	54
Gambar 4. 8 Variabel Terpaan Konten (X).....	56
Gambar 4. 9 Variabel Terpaan Konten (X).....	57
Gambar 4. 10 Variabel Terpaan Konten (X) .....	59
Gambar 4. 11 Variabel Terpaan Konten (X).....	60
Gambar 4. 12 Variabel Terpaan Konten (X) .....	62
Gambar 4. 13 Variabel Terpaan Konten (X) .....	63
Gambar 4. 14 Variabel Terpaan Konten (X) .....	65
Gambar 4. 15 Variabel Terpaan Konten (X) .....	66
Gambar 4. 16 Variabel Terpaan Konten (X) .....	68
Gambar 4. 17 Variabel Minat Beli (Y).....	69
Gambar 4. 18 Variabel Minat Beli (Y).....	71
Gambar 4. 19 Variabel Minat Beli (Y).....	72
Gambar 4. 20 Variabel Minat Beli (Y).....	73
Gambar 4. 21 Variabel Minat Beli (Y).....	75
Gambar 4. 22 Variabel Minat Beli (Y).....	76
Gambar 4. 23 Variabel Minat Beli (Y).....	78
Gambar 4. 24 Variabel Minat Beli (Y).....	79
Gambar 4. 25 Variabel Minat Beli (Y).....	81
Gambar 4. 26 Variabel Minat Beli (Y).....	82

Gambar 4. 27 Variabel Minat Beli (Y).....	84
Gambar 4. 28 Variabel Minat Beli (Y).....	85





## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Populasi Penelitian .....	29
Tabel 3. 2 Operasional Variabel .....	35
Tabel 3. 3 Hasil Analisis Uji Validitas.....	40
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Media (X).....	42
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4. 3 Kelompok Responden Berdasarkan Pengeluaran Saat Belanja .....	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Korelasi.....	86
Tabel 4. 5 Uji Linier Sederhana .....	87
Tabel 4. 6 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	88
Tabel 4. 7 Uji Koefisien Determinasi.....	89

