



**PERAN MEDIA DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN KULIT
WAJAH PADA PLATFORM SHOPEE
(TEORI AIDDA)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh :

Nanda Calista Nurhanan

44521010074

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nanda Calista Nurhanan
Nim : 44521010074
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Media Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah pada Platform Shopee (Teori AIDDA).

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 terhadap unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Juni 2025



Nanda Calista Nurhanan.

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nanda Calista Nurhanan
Nim : 44521010074
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Media Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah pada Platform Shopee (Teori AIDDA).

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

Disahkan oleh :

Pembimbing : Ridho Azlam Ambo Asse, M.I.Kom

NIDN : 0308089202

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D

NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Christina Asri Lestari, S.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0324028801

Jakarta, 24 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini yang berjudul “Peran Media Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah pada Platform Shopee (Teori AIDDA)” dapat selesai tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, nasihat, dan doa dari keluarga dan sahabat tercinta yang selalu mendampingi dan mendukung dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan baik melalui semangat yang terus diberikan dalam setiap proses penulis lalui. Pada kesempatan ini, dengan rendah hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada :

- 1 Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, M.I.Kom selaku dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan bimbingan, saran, waktu, dan juga nasihat yang sangat bermanfaat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik dan maksimal.
- 2 Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- 3 Ibu Melly Ridaryanthi, M.SOC.Sc, Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- 4 Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Digital Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- 5 Bapak Andi Pajolloi Bate, S.I.KOM, M.A., M.B.A. selaku Sekretaris Program Studi Digital Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- 6 Almarhum Ayahanda Junaedi tercinta, terkasih, tersayang dan yang paling berarti bagi penulis merupakan seseorang yang pernah penulis miliki dalam hidup ini, yang sangat berjasa dalam membentuk pribadi penulis menjadi seseorang yang kuat dalam menjalani kehidupan. Terima kasih atas semua cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan tanpa batas selama di dunia ini. Putri kecilmu akan selalu kuat, dan menjadikan motivasi, nasihat, semangat, serta nilai-nilai kehidupan yang beliau

tanamkan akan selalu menjadi kekuatan di hati dan pegangan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Rasa rindu ini tak akan pernah habis, semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menepatkan Ayah di tempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.

- 7 Almarhumah Ibunda Kustiwi tercinta, terkasih, tersayang, dan paling berarti bagi penulis. Terima kasih atas semua cinta, kasih sayang, ketulusan, pengorbanan, yang diberikan tanpa batas selama di dunia. Rasa rindu ini tidak akan pernah habis, tetapi hanya bisa dilanjutkan dalam doa yang tak pernah putus. Meskipun ragamu telah tiada, meskipun suara lembutmu tak lagi terdengar, dan senyum hangat tak lagi terlihat, namun kenangan tentang ibu tetap hidup dalam hati dan pikiran penulis yang menjadi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menepatkan Ibu di tempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.
- 8 Kepada kakak tercinta, yaitu mba Nining dan mas Arif, penulis mengucapkan terima kasih atas segala perhatian, kasih sayang, dukungan, waktu, dan tenaga yang telah diberikan sehingga penulis tetap kuat dalam menjalani berbagai tantangan hidup hingga mampu bertahan dan terus melangkah.
- 9 Kepada om Sugeng dan Bulek Ani, terima kasih atas perhatian, semangat, waktu, biaya, cinta kasih yang telah diberikan, sehingga penulis dapat merasakan kasih sayang seperti orang tua sendiri dan dapat merasakan bangku perkuliahan hingga mendapatkan gelar sarjana.
- 10 Kepada anggota grub “Sama Kelasnya”, yaitu Arfianti Rahmadani, Marshanda Anggita, Khansa Aurelia Marutza Gunawan, Dhayana Pramudhita, Eltara Dwi Irene, Febrita Tri Kartika, dan Kayla Rosantya Dewi yang telah menemani saya dalam 4 tahun dibangku perkuliahan ini. Terima kasih atas canda dan tawa, nasihat, pendengar yang baik untuk penulis serta selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.
- 11 Kepada Zahra Binta Arisandy, penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh bantuan, dukungan, nasihat, serta menjadi pendengar yang baik

sebagai teman yang selalu mengerti dan selalu menyemangati penulis untuk tetap kuat dalam menjalani hidup.

- 12 Kepada seluruh informan,yaitu Dhayana Pramudhita,Marshanda Anggita Tri Lestari,Zahra Bintu Arisandy,Lucvita Tafari, Nia Choirunisa,penulis mengucapkan terima kasih karena sudah bersedia meluangkan waktu dan juga mengutarakan pendapatnya sehingga dapat membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
- 13 Terakhir, kepada diri sendiri yaitu Nanda Calista Nurhanan,terima kasih karena tidak memilih menyerah dan tetap berjuang hingga sejauh ini.Semoga gelar yang telah peneliti dapatkan menjadi pijakan awal untuk perjalanan hidup yang lebih baik, dan peneliti terus mencintai diri sendiri.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Namun,penulis berharap penelitian ini tetap memberikan manfaat bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.Oleh karena itu,saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta,21 Juni 2025

Nanda Calista Nurhanan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nanda Calista Nurhanan

NIM : 44521010074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Peran Media Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah pada Platform Shopee (Teori AIDDA).

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.

Jakarta, 21 Juni 2025

Yang menyatakan.


Nanda Calista Nurhana

ABSTRAK

Nama : Nanda Calista Nurhanan
Nim : 44521010074
Program studi : Ilmu Komunukasi
Judul laporan skripsi : Peran Media Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah pada Platform Shopee (Teori AIDDA).
Pembimbing : Ridho Azlam Ambo Asse,M.I.Kom

Meningkatnya minat perempuan usia 19-23 tahun terhadap produk perawatan kulit wana di platform shopee didorong oleh faktor kemudahan akses, promo,dan faktor media sosial.Media digital berperan membentuk kesadaran hingga keputusan pembelian.Dalam era digital sekarang ini,pengambilan keputusan tidak hanya berjalan secara kaku atau linier, tetapi juga bersifat fleksibel yang didorong oleh faktor emosional, sosial, dan preferensi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran media digital dalam membentuk keputusan pembelian konsumen berdasarkan teori AIDDA. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif.Data diperoleh dari hasil wawancara terstruktur,observasi non-partisipan, dan dokumentasi guna menangkap pengalaman informan secara nyata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh tahapan dalam teori AIDDA tetap terlihat,namun tidak selalu dilalui secara berurutan.Konsumen merespon konten media sosial,memverifikasi informasi, memanfaatkan fitur shopee, dan turut membagikan pengalaman nya dalam platform shopee maupun di media sosial yang dapat mendorong calon konsumen lain.

Dengan demikian, media digital tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi,tetapi juga ruang partisipatif yang membentuk perilaku konsumen.Proses keputusan pembelian terbentuk melalui interaksi antara eksposur digital,persepsi konsumen, dan penggunaan fitur dinamis di platform shopee.

Kata kunci : Media digital,Media sosial,Platform shopee,Keputusan pembelian.

ABSTRACT

Name : Nanda Calista Nurhanan
Nim : 44521010074
Study Program : Communication Program
Thesis Tittle : The Role of Digital Media on Consumer Behavior
in Purchasing Decisions of Facial Skincare Products
on the Shopee Platform (AIDDA Theory)
Consellor : Ridho Azlam Ambo Asse,M.I.Kom

The increasing interest of women aged 19–23 in facial skincare products on the Shopee platform is driven by factors such as ease of access, promotional offers, and the influence of social media. Digital media plays a role in shaping awareness up to the point of purchase decision. In today's digital era, decision-making does not follow a rigid or linear path but tends to be flexible, influenced by emotional, social, and personal preferences.

This study aims to understand the role of digital media in shaping consumer purchasing decisions based on the AIDDA theory. The method used is descriptive qualitative with a qualitative approach. Data were obtained through structured interviews, non-participant observations, and documentation to capture the informants' actual experiences.

The findings show that all stages in the AIDDA theory are present, although not always followed sequentially. Consumers respond to social media content, verify information, utilize Shopee features, and share their experiences on the Shopee platform or social media, which may influence other potential buyers.

Digital media is not only a channel for delivering information but also a participatory space that shapes consumer behavior. The purchasing decision process is formed through interactions between digital exposure, consumer perception, and the use of dynamic features on the Shopee platform.

Keywords : Digital media, Social media, Shopee platform, Purchasing decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.2 Media Baru	17
2.2.3 Media Digital	18
2.2.4 Media Sosial	20
2.2.5 Prosumer	23
2.2.6 Perilaku konsumen.....	25
2.2.7 Platform Shopee.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31

3.3	Subjek Penelitian.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Shopee.....	40
4.1.2	Perawatan Kulit wajah	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Penerapan Model AIDDA Pada Proses Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit melalui Media Digital Platform Shopee.....	46
4.3	Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN.....		89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 ECDB: Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia Pada 2024	5
Gambar 4. 1 Logo Shopee Indonesia.....	41
Gambar 4. 2 tangkap layar konten beauty influencer di media sosial	50
Gambar 4. 3 tangkap layar konten beauty influencer di media sosial	53
Gambar 4. 4 tangkap layar pada platform shopee	57
Gambar 4. 5 bukti pembelian produk perawatan kulit wajah dari informan Lucvita.....	60
Gambar 4. 6 bukti pembelian produk perawatan kulit wajah dari informan Nia	60
Gambar 4. 7 tangkap layar pada platform shopee	61
Gambar 4. 8 Bukti review informan Nia	63
Gambar 4. 9 Bukti review informan Zahra.....	64
Gambar 4. 10 tangkap layar di media sosial dan platform shopee	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Data Informan	35
Tabel 4. 1 Proses pengambilan keputusan konsumen.....	80

