

PENGARUH KONTEN SOSIAL MEDIA TIKTOK PARAGON

BEAUTY ACADEMY PADA MINAT KONSUMEN

DALAM MENGIKUTI BEAUTY CLASS

(Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy)



Disusun Oleh :
Vanesya Dita Naura

44321010085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanesya Dita Naura

NIM : 44321001085

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN SOSIAL MEDIA TIKTOK PARAGON BEAUTY ACADEMY PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGIKUTI BEAUTY CLASS (Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy).

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, 2 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Vanesya Dita Naura

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vanesya Dita Naura
NIM : 44321010085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN SOSIAL MEDIA TIKTOK PARAGON BEAUTY ACADEMY PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGIKUTI BEAUTY CLASS (Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy).

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

Disahkan Oleh :

Pembimbing 1	: Dr. Farid Hamid, M.Si		)
NIDN	: 0301117301		
Ketua Penguji	: Novi Erlita, S.Sos, M.A		)
NIDN	: 0309118502		
Penguji Ahli	: Riki Arswendi S.Sos, M.lkom		)
NIDN	: 0316088503		

Jakarta, 19 Juli 2025

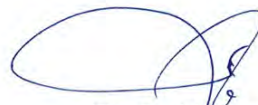
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia- Nya sehingga penelitian tugas akhir ini berhasil diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Tema yang dipilih dalam penelitian ini adalah efektivitas komunikasi dalam konteks pemasaran dan bagaimana media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumen, dengan judul Pengaruh konten social media tiktok Paragon Beauty Academy terhadap minat konsumen dalam mengikuti beauty class (survey kepada followers tiktok).

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan penulisan penelitian tugas akhir ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu penulis berharap untuk memperoleh kritik dan saran yang sifatnya membangun, sehingga nantinya dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Penelitian tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan langsung ataupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat untuk membantu dan memberi dukungan kepada penulis, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi atas dukungan, bimbingan, kritik dan saran yang telah diberikan selama penyusunan karya ilmiah ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

2. Christina Arsi Lestari, M.Ikom selaku dosen mata kuliah riset komunikasi yang telah membantu serta memberikan bimbingan mengenai penyusunan karya ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Melly Ridharyanti, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta senantiasa memberikan arahan, motivasi, serta bimbingannya kepada saya selama masa perkuliahan.
5. Pasangan saya, Revo Arya Hikmasyah yang selalu mendukung dan menemani penulis dalam pembuatan tugas akhir.
6. Sahabat perjuangan Dafina Naila Mazidah yang selalu menemani penulis mengerjakan skripsi bersama.
7. Sahabat terbaik, Cut Naila Ahramia Putri, Najwa Hajarwati, Shalza Amalyana, Atalia Bunga, Elsa Setyawati, Masayu Qanita Syafira, Liina Rahmawati, Haya Zahra dan banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas segala dukungan dan doa, terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik bagi penulis disaat berkeluh kesah, terima kasih sudah menjadi sahabat dan menemani penulis sehingga dapat mencapai tahap menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, dengan penuh cinta dan rasa hormat, karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta, Papa Budi Pudjitriono dan Mama (alm.) Lambang

Nursita. Terima kasih atas setiap doa yang mengiringi langkahku, kasih sayang yang tak terhingga, serta dukungan yang selalu menjadi cahaya dalam perjalanan hidupku. Semoga karya ini menjadi wujud kecil dari rasa syukur dan baktiku untuk kalian. Semoga laporan akhir (skripsi) ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Tangerang Selatan, September 2024

Vanesya Dita Naura



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Vanesya Dita Naura

NIM : 44321010085

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN SOSIAL MEDIA TIKTOK PARAGON BEAUTY ACADEMY PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGIKUTI BEAUTY CLASS (Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy).

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, 2 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Vanesya Dita Naura)

ABSTRAK

Nama : Vanesya Dita Naura
NIM : 44321010085
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Sosial Media TikTok Paragon Beauty Academy Pada Minat Konsumen Dalam Mengikuti Beauty Class (Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy)
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Media sosial adalah tren pemasaran terbaru saat ini dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian online konsumen secara langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten TikTok pada akun @paragonbeautyacademy terhadap minat konsumen/followers untuk mengikuti beauty class.

Kajian ini relevan dengan 5 penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat beli. Penelitian ini mengacu pada Teori Uses and Effect, dengan variabel X adalah pengaruh media sosial, dan variabel Y adalah minat beli.

Penelitian ini menerapkan paradigma positivisme dengan menggunakan metode survei dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan mengacu pada followers akun TikTok @paragonbeautyacademy, di mana sebanyak 60,3 juta followers akun tersebut. Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi sebesar 5%, sehingga diperoleh 100 responden sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini menemukan bahwa konten TikTok yang meliputi unsur kejelasan pesan, desain visual, interaktivitas, dan kualitas konten memiliki korelasi yang cukup kuat dengan minat konsumen dalam mengikuti beauty class. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,455. Dari hasil analisis statistik, diperoleh bahwa nilai t-hitung sebesar 5,054 lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,984, dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa konten TikTok akun @paragonbeautyacademy berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat konsumen untuk mengikuti beauty class.

Kata Kunci : Konten Media Sosial, TikTok, Minat Konsumen, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Name : Vanesya Dita Naura
NIM : 44321010085
Study Program : Marketing Communication & Advertising
Thesis Report Title : Pengaruh Konten Sosial Media TikTok Paragon Beauty Academy Pada Minat Konsumen Dalam Mengikuti Beauty Class (Survei Kepada Followers TikTok @paragonbeautyacademy)
Counsellor : Dr. Farid Hamid, M.Si

Social media is currently one of the most prominent marketing trends and can directly influence consumers' online purchasing decisions. The purpose of this study is to determine the influence of TikTok content on the @paragonbeautyacademy account on consumers' or followers' interest in joining beauty classes. This study is relevant to five previous studies that examined the impact of social media usage on purchase interest. The research refers to the Uses and Effect Theory, with variable X being the influence of social media and variable Y being purchase interest. This study adopts a positivist paradigm using a survey method and a quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling method. The respondents were selected based on followers of the TikTok account @paragonbeautyacademy, which has 60.3 million followers. The sample size was determined using the Taro Yamane formula with a precision level of 5 percent, resulting in 100 respondents as the research sample. The study found that TikTok content, which includes aspects such as message clarity, visual design, interactivity, and content quality, has a moderately strong correlation with consumer interest in joining beauty classes. This is indicated by a correlation coefficient value of 0.455. Based on statistical analysis, the t-value of 5.054 is greater than the t-table value of 1.984, with a significance value of 0.000, which is less than 0.05. This means that the null hypothesis (H_0) is rejected, and it can be concluded that TikTok content from the @paragonbeautyacademy account has a significant and positive influence on consumer interest in joining beauty classes.

Keywords: Social Media Content, TikTok, Consumer Interest, Digital Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	27
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.2 Teori Uses and Effect.....	29
2.2.3 Media Sosial.....	30
2.2.4 Konten	33
2.2.5 TikTok.....	34
2.2.6 Minat	35
2.2.7 Produk Jasa Beauty Class	36
2.3 Hipotesis Teori	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian.....	39
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel.....	41
3.4	Definisi Konsep & Operasionalisasi Konsep.....	42
3.4.1	Definisi Konsep.....	42
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	44
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.1	Uji Validitas	46
3.5.2	Uji Reliabilitas	51
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6.1	Data Primer	54
3.6.2	Data Sekunder	54
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
3.8	Uji Regresi	59
3.9	Koefisien Korelasi.....	60
3.10	Hipotesis penelitian.....	63
3.11	Uji Signifikasi	64
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Gambaran Umum.....	66
4.1.1	Gambaran Umum Paragon Beauty Academy	66
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	69
4.2	Hasil Penelitian	70
4.2.1	Identitas Responden	70
4.2.2	Hasil Penelitian Variabel X (Konten Media Sosial TikTok)	76
4.2.2.1	Dimensi Pesan Utama Media Sosial	76
4.2.2.2	Dimensi Design Visual	82
4.2.2.3	Dimensi Interaktivitas	87
4.2.2.4	Dimensi Kualitas Konten	91

4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Beli).....	95
4.2.3.1 Dimensi Attention.....	96
4.2.3.2 Dimensi Interest	99
4.2.3.3 Dimensi Desire.....	101
4.2.3.4 Dimensi Action	103
4.2.4 Analisis Statistik	105
4.2.4.1 Analisis Koefisien Korelasi	105
4.2.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	107
4.2.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	108
4.2.4.4 Uji Hipotesis (Uji T)	109
4.3 Pembahasan.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran.....	121
5.2.1 Saran Akademis	121
5.2.2 Saran Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	129

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	3
Gambar 4. 1 Logo Paragon Corp	66
Gambar 4. 2 Logo Paragon Beauty Academy.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	44
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Sosial Media Tiktok (X).....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	50
Tabel 3. 4 Tingkat Reliabilitas	52
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Media Sosial Tiktok (X)	53
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	53
Tabel 3. 7 Skor Skala Likert	56
Tabel 3. 8 Tabel Koefisien Korelasi	62
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	71
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 4 Frekuensi Berdasarkan Kategori Pekerjaan	75
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Audiens Bisa Memahami Isi Pesan Dari @Paragonbeautyacademy Dengan Mudah"	77
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Mudah Dimengerti Dan Sesuai Dengan Apa Yang Saya Butuhkan".....	78
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Gaya Bahasa Yang Digunakan Dalam Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Sesuai Dan Nyaman Untuk Ditonton"	79
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Sebagai Make Up Artist/Make Up Enthusiast, Saya Merasa Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Sesuai Dengan Minat Saya"	80
Tabel 4. 9 Penilaian Dimensi Pesan Utama Media Sosial	81
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Menarik Secara Visual"	83

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Membagikan/Share Video Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Kepada Teman"	84
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Konten Yang Menarik Secara Visual Dari @Paragonbeautyacademy Lebih Mudah Saya Ingat"	85
Tabel 4. 13 Penilaian Dimensi Design Visual	86
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Konten Di Postingan @Paragonbeautyacademy Membuat Saya Lebih Aktif Berkomentar Atau Berinteraksi"	87
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Keberadaan Akun Tiktok @Paragonbeautyacademy Membantu Membangun Komunitas Beauty Enthusiast Dan Mua"	88
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Paragon Beauty Academy Aktif Menanggapi Komentar Atau Interaksi Dari Pengikutnya”	89
Tabel 4. 17 Penilaian Dimensi Interaktivitas	90
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Atas Pernyataan "Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Informatif Bagi Para Pengikutnya"	91
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Atas Pernyataan: ”Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy Tidak Hanya Informatif, Tetapi Juga Menghibur Dengan Gaya Penyampaian Yang Menarik”	92
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Saya Merasa Mendapatkan Manfaat Dari Konten Tiktok @Paragonbeautyacademy”	93
Tabel 4. 21 Penilaian Dimensi Kualitas Konten	94
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Audiens Tertarik Mengikuti Beauty Class Paragon Setelah Melihat Iklan Yang Ditayangkan Di Tiktok @Paragonbeautyacademy”	96
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Promosi Yang Dilakukan Oleh Paragon Beauty Academy Membuat Saya Tertarik Ingin Mengikuti Beauty Class- Nya ”	97
Tabel 4. 24 Penilaian Dimensi Attention	98

Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Saya Merasa Tertarik Mengikuti Beauty Class Paragon Beauty Academy Setelah Mengetahui Informasi Mengenai Beauty Class”	99
Tabel 4. 26 Penilaian Dimensi Interest	100
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Atas Pernyataan :” Saya Mencari Tahu Lebih Lanjut Mengenai Informasi Lengkap Dan Cara Mendaftar Untuk Mengikuti Beauty Class Di Paragon Beauty Academy”	101
Tabel 4. 28 Penilaian Dimensi Desire	102
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Atas Pernyataan: ”Setelah Mengetahui Informasi Dan Saya Tertarik Untuk Mendaftarkan Diri Untuk Mengikuti Beauty Class Paragon Beauty Academy”	103
Tabel 4. 30 Penilaian Dimensi Action	104
Tabel 4. 31 Tabel Uji Korelasi.....	105
Tabel 4. 32 Hasil Uji Korelasi.....	106
Tabel 4. 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	107
Tabel 4. 34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	108
Tabel 4. 35 Hasil Uji Hipotesis.....	109

