

**BRAND AWARENESS PRODUK KECANTIKAN SKINCARE WAJAH DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Kasus Pada Konsumen Remaja *Followers Online shop @daskinbeuty*
Kota Maumere)**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Widya Mandira
Kupang Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I. Kom)**



OLEH :

DESY FRANSISKA NATALIA TANI

43119004

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA**

2023



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
 Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194
 Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id
 Kupang 85225 – Timor - NTT

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini **Rabu, 13 Desember 2023 Pukul 14.00 Wita** Telah diadakan Ujian Skripsi Program Sarjana, bagi mahasiswa :

Nama : **Desy Fransiska Natalia Tani**
 NIM : **43119004**
 Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
 Judul Skripsi :

BRAND AWARENES PRODUK KECANTIKAN SKINCARE WAJAH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Konsumen Remaja Followers Online Shope @daskinbeauty di Kota Maumere)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

- 1. Ketua : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
- 2. Sekretaris : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 3. Penguji Materi I : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
- 4. Penguji Materi II : Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
- 5. Penguji Materi III : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
- 6. Pembimbing I : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
- 7. Pembimbing II : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

(Handwritten signatures of the panel members)

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :
 Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 82
 Penguji II = 84
 Penguji III = 80

Lulus dengan Nilai = 85/A-

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :
 HARI:.....,TANGGAL :, JAM :

Hasil Ujian Ulang =


 Mengesahkan :
 Dekan
 Drs. Frans Bapa Tokan, MA
 NIDN 0811116701

Kupang, 13 Desember 2023
 Ketua Tim Penguji,
(Signature)
P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
 NIDN : 0807046601

PERNYATAAN ORISINALITAS

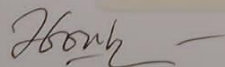
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desy Fransiska Natalia Tani
No. Regis : 43119004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (skripsi) dengan judul "*BRAND AWARENESS* PRODUK KECANTIKAN *SKINCARE* WAJAH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS REMAJA KONSUMEN *FOLLOWERS ONLINE SHOPE @DASKINBEAUTY* DI KOTA MAUMERE adalah benar-benar karya saya sendiri yang dibimbing oleh P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA (Pembimbing I) dan Ibu Michael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom (Pembimbing II). Apabila dikemudian hari dalam penulisan ini ditemukan adanya penyimpangan, maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Disahkan
Pembimbing I

Kupang Februari 2024
Mahasiswa



P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S. Fil, MA



Desy Fransiska Natalia Tani
43119004

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**BRAND AWARENESS PRODUK KECANTIKAN SKINCARE WAJAH PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS REMAJA KONSUMEN FOLLOWERS ONLINE
SHOPE @DASKINBEAUTY DI KOTA MAUMERE**

Diajukan Oleh

Nama : Desy Fransiska Natalia Tani

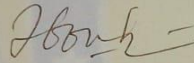
Nim : 43119004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II



P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA



Michael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang



Frans Bapa Tokan, MA

HALAMAN PERSETUJUAN

BRAND AWARENESS PRODUK KECANTIKAN *SKINCARE* WAJAH PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS REMAJA KONSUMEN *FOLLOWERS ONLINE*
SHOPE @DASKINBEAUTY DI KOTA MAUMERE

Disetujui Oleh

Nama : Desy Fransiska Natalia Tani

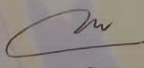
Nim : 43119004

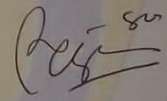
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh

Pembahas I

Pembahas II


Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si


Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom

MOTTO

“Hidup Bukan Saling Mendahului, Bermimpilah Sendiri- Sendiri”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu membantu penulis dengan memanjatkan segala doa dan permohonan selama proses penulisan tugas akhir.
2. Orang Tua tercinta, Bapak Daniel Tani dan Mama Maria Grasiona Dei, yang telah mendoakan serta memberi dukungan moral dan materil pada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
3. Kepada Diri Sendiri, yang sudah mau bertahan sampai dengan akhir, terima kasih sudah melewati banyak hal dengan baik, terima kasih untuk tidak menyerah dan menyelesaikan apa yang sudah kau mulai.
4. Almamater tercinta tempat penulis merajut pendidikan, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Skripsi yang berjudul “*Brand Awareness* Produk Kecantikan *Skincare* Wajah Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen Remaja *Followers Online shop @daskinbeuty* Kota Maumere)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini sudah melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Katoik Widya Mandira
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira
4. P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S. Fil, MA selaku pembimbing I dan Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah bersusah payah membimbing dan membantu penulis dari awal penyusunan proposal dan skripsi hingga penulis bisa menyelesaikan semuanya dengan baik.
5. Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si selaku penguji I dan Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom selaku penguji II yang telah memberikan

saran dan arahan kepada penulis saat ujian dan saat penulis melakukan revisi.

6. Seluruh dosen dan pegawai Universitas Katolik Widya Mandira
7. Bapak Daniel Tani, Mama Maria Grasiana Dei, saudari/saudara penulis Maria Anastasya Mbu dan Yoseph Oktavianus Edmon Tani
8. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Teman-teman penulis Yesti, Yoan, Via, Exa, Claudia, Ani, Erlinda yang sudah mendukung, selalu ada menemani dan menolong penulis selama pengerjaan tugas akhir.
10. Owner Daskinbeauty yang bersedia penulis untuk melakukan penelitian pada akun online shope miliknya.
11. Semua informan penulis yang telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan penulis
12. Kepada Jikom 19, terimakasih telah berjuang bersama.
13. Kepada Boy Group Bangtan Seonyondan (BTS) yang telah memberikan suasana gembira dan memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini melalui karya-karya mereka.

Kupang, Januari 2024

Desy Fransiska Natalia Tani

ABSTRAK

Penelitian ini berkaitan dengan *Brand Awareness* Produk Kecantikan *Skincare* Wajah Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen Remaja *Followers Online shop @daskinbeauty* Kota Maumere). Penelitian ini menarik untuk diteliti karena penulis melihat banyaknya minat beli dikalangan konsumen yang tidak memandang usia terkhususnya di lingkungan penulis. Media yang diteliti dalam penelitian ini adalah media sosial *Instagram*.

Oleh karena itu, penelitian ini membahas mengenai *Brand Awareness* pada konsumen remaja *@daskinbeauty* dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumen. Penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian studi kasus kualitatif. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang meliputi pengumpulan data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen peneliti menemukan adanya *Brand Awareness* dalam *online shop @daskinbeauty* dilihat dari empat indikator yaitu *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Purchase Decision*, *Consumption*.

Berdasarkan hasil analisis konsumen menyatakan adanya *Brand Awareness* dalam *online shop @daskinbeauty* yang diuraikan melalui empat indikator yaitu : (1) *Brand Recall* yaitu kelima konsumen membeli produk *skincare* wajah pada *online shop @daskinbeauty*; (2) *Brand Recognition* yaitu ketiga konsumen mengenal ciri – ciri *@daskinbeauty* dengan baik; (3) *Purchase Decision* yaitu kelima konsumen memiliki keranjang belanja; (4) *Consumption* yaitu kelima konsumen memiliki *brand top of mine @daskinbeauty*.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa adanya *Brand Awareness* dalam *online shop @daskinbeauty* dilihat dari empat indikator yaitu *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Purchase Decision*, *Consumption*. Penulis memberikan saran bagi *online shop @daskinbeauty* untuk meningkatkan konten pada media sosial *Instagram* sehingga mampu meningkatkan penjualan dan lebih dikenal hingga sampai pada kalangan luar.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Instagram, Konsumen, daskinbeauty*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
ABSTRAK	5
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis	19
1.5.1 Kerangka Pemikiran	19
1.5.2 Asumsi.....	21
1.5.3 Hipotesis.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Komunikasi.....	24
2.2.1 Pengertian Komunikasi	24
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	25
2.2.3 Tujuan Komunikasi.....	26
2.2.4 Fungsi Komunikasi.....	26
2.3 Komunikasi Pemasaran	27
2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	27
2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	28
2.3.3 Pemasaran Digital	28
2.4 New Media	29
2.5 Instagram	29
2.6 Brand Awareness	30
2.6.1 Pengertian Brand Awareness	30
2.6.2 Faktor-Faktor Brand Awareness.....	31

2.6.3	Level-Level Dalam Brand Awareness.....	32
2.7	Produk Kecantikan.....	33
2.8	Skincare Wajah	34
2.9	Remaja.....	34
2.10	Konsumen.....	35
2.11	Followers (Pengikut)	36
2.12	Daskinbeauty	36
2.13	Teori Uses and gratification	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Metode dan Jenis Penelitian.....	38
3.1.1	Metode Penelitian.....	39
3.1.2	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Unit Analisis	39
3.3	Definisi Konstruk dan Indikator	41
3.3.1	Konstruk	41
3.3.2	Indikator	41
3.4	Subyek dan Obyek	42
3.5	Sumber Data, Informan, Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1	Sumber Data	43
3.5.2	Informan	44
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN		46
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	47
4.1.1	Profil Akun Instagram @daskinbeauty	47
4.1.2	Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan	49
4.2	Telaah Informan	49
4.3	Penyajian Hasil Penelitian	51
4.3.1	Hasil Wawancara	52
4.3.2	Hasil Observasi	60
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		64

5.1.	Analisis Data	64
5.1.1	Brand Recall.....	65
5.1.2	Brand Recognition.....	66
5.1.3	Purchase Decision.....	67
5.1.4	Consumption	67
5.2.	Interpretasi Data	69
5.2.1	Brand Awareness	69
5.2.2	Teori Uses and Gratification	73
BAB VI	PENUTUP	75
6.1	Kesimpulan.....	75
6.2	Saran	76
DAFTAR	PUSTAKA	78

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.5.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Bagan 2.6.3 Level-Level Dalam Brand Awarness.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Unit Analisis	34
Tabel 4.1 Telaah Informaan	44
Tabel 5.1 Hasil Peneltian	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Daskin Beauty	43
Gambar 4.2 Tangkap Layar Profil Akun Instagram @daskinbeauty.....	43
Gambar 4.3 Daftar Belanja Produk Skincare @daskinbeauty Informan 1	51
Gambar 4.4 Tangkap Layar Pemesanan Produk Skincare @daskinbeauty melalui Instagram.....	52
Gambar 4.5 Daftar Belanja Produk Skincare @daskinbeauty Informan 3	52
Gambar 4.6 Daftar Belanja Produk Skincare @daskinbeauty Informan 4	53
Gambar 4.7 Daftar Belanja Produk Skincare @daskinbeauty Informan 5	53
Gambar 4.8 Review Produk Skincare @daskinbeauty	56
Gambar 4.9 Produk Top of Mine Konsumen @daskinbeauty.....	58
Gambar 4.10 Produk Top of Mine Konsumen @daskinbeauty	58
Gambar 4.11 Produk Top of Mine Konsumen @daskinbeauty	59