

SKRIPSI

**PERAN *BEAUTY INFLUENCER* DALAM STRATEGI
MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK KECANTIKAN (X)
PADA MAHASISWA PENDIDIKAN TATA RIAS (S1)
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**ANNISA WULAN SEPTIANY
1516619040**

**PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Peran *Beauty Influencer* Dalam Strategi Meningkatkan Promosi
Produk Kecantikan (X) Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias
Universits Negeri Jakarta

Penyusun : Annisa Wulan Septiany

NIM : 1516619040

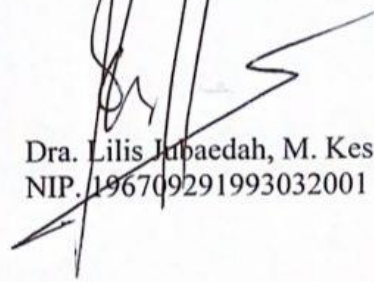
Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Sri Irtawidjajanti, M.Pd
NIP. 197009272002122001

Pembimbing II,



Dra. Lilis Lubaedah, M. Kes
NIP. 196709291993032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 198309272008122001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Peran *Beauty Influencer* dalam Strategi Meningkatkan Promosi Produk Kecantikan (X) pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias (S1) Universitas Negeri Jakarta
Penyusun : Annisa Wulan Septiany
NIM : 1516619040
Tanggal Ujian : 22 Juli 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Sri Irtawidjajanti, M.Pd
NIP. 197009272002122001

Pembimbing II,



Dra. Lilis Jubaedah, M. Kes
NIP. 196709291993032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji,



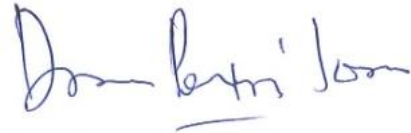
Prof. Dr. Neneng Siti Silfi A,
S.Si., M.Si., Apt
NIP. 197202292005012005

Anggota Penguji I,



Dra. Eti herawati, M.Si
NIP. 196310061989032001

Anggota Penguji II,



Dian Pertiwi Joshua, M.Si
NIP. 199410122023212039

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 01 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Annisa Wulan Septiany
1516619040

LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Wulan Septiany
NIM : 1516619040
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : annisawulansep@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Peran *Beauty Influencer* dalam Strategi Meningkatkan Promosi Produk Kecantikan (X) pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias (S1) Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juli 2024

Penulis

(Annisa Wulan Septiany)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Peran Beauty Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi Produk Kecantikan (X) pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias (S1) Universitas Negeri Jakarta**" untuk memenuhi persyaratan kelulusan mencapai gelar sarjana pendidikan (S.Pd) Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan tugas akhir ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Sri Irtawidjajanti, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Materi atas bimbingan, motivasi, dan saran yang diberikan.
5. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes selaku Dosen Pembimbing Metodologi atas bimbingan, motivasi, dan saran yang diberikan.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff pada program studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan hingga tugas akhir skripsi.
7. Mahasiswa program studi Pendidikan Tata Rias Angkatan 2020 dan 2021 yang sudah bersedia menjadi informan pada penelitian ini.
8. Orang tua dan saudara-saudara, atas doa, bimbingan, dukungan, serta kasih sayang selama ini.

Penulis sadar proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 01 Juli 2024

Penyusun,

(Annisa Wulan Septiany)

**PERAN *BEAUTY INFLUENCER* DALAM STRATEGI MENINGKATKAN
PROMOSI PRODUK KECANTIKAN (X) PADA MAHASISWA PENDIDIKAN
TATA RIAS (S1) UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Annisa Wulan Septiany

**Dosen Pembimbing: Sri Irtawidjajanti, M.Pd dan Dra. Lilis Jubaedah,
M.Kes**

ABSTRAK

Beauty influencer (pemberi pengaruh) di media sosial kini membawa pengaruh besar dalam mempromosikan sebuah produk dan mempengaruhi pengikutnya untuk menggunakan produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *beauty influencer* (pemberi pengaruh) dalam strategi meningkatkan promosi suatu produk kecantikan (X). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif Pendidikan Tata Rias (S1) di Universitas Negeri Jakarta angkatan 2020-2021 yang berkerja sebagai *beauty influencer* (pemberi pengaruh) dan mempromosikan produk kecantikan (X). Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian ini dilakukan secara langsung di lingkungan Universitas Negeri Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan produk kecantikan (X) melalui kerja sama dengan *beauty influencer* (pemberi pengaruh) dinyatakan cukup efektif dalam meningkatkan promosi dan penjualan. Dari penelitian yang sudah dilakukan juga diketahui strategi promosi ini juga sangat tepat dilakukan mengingat bahwa target pasar *brand* kecantikan (X) adalah remaja sampai dewasa muda yang saat ini lebih aktif dalam media sosial.

Kata Kunci: Pemberi Pengaruh, Strategi Promosi, Mahasiswa Tata Rias

**THE ROLE OF BEAUTY INFLUENCERS IN STRATEGIES TO IMPROVE
PROMOTION OF BEAUTY PRODUCTS (X) AMONG STUDENTS OF
COSMETIC EDUCATION (S1) JAKARTA STATE UNIVERSITY**

Annisa Wulan Septiany

Supervisor: Sri Irtawidjajanti, M.Pd dan Dra. Lilis Jubaedah, M. Kes

ABSTRACT

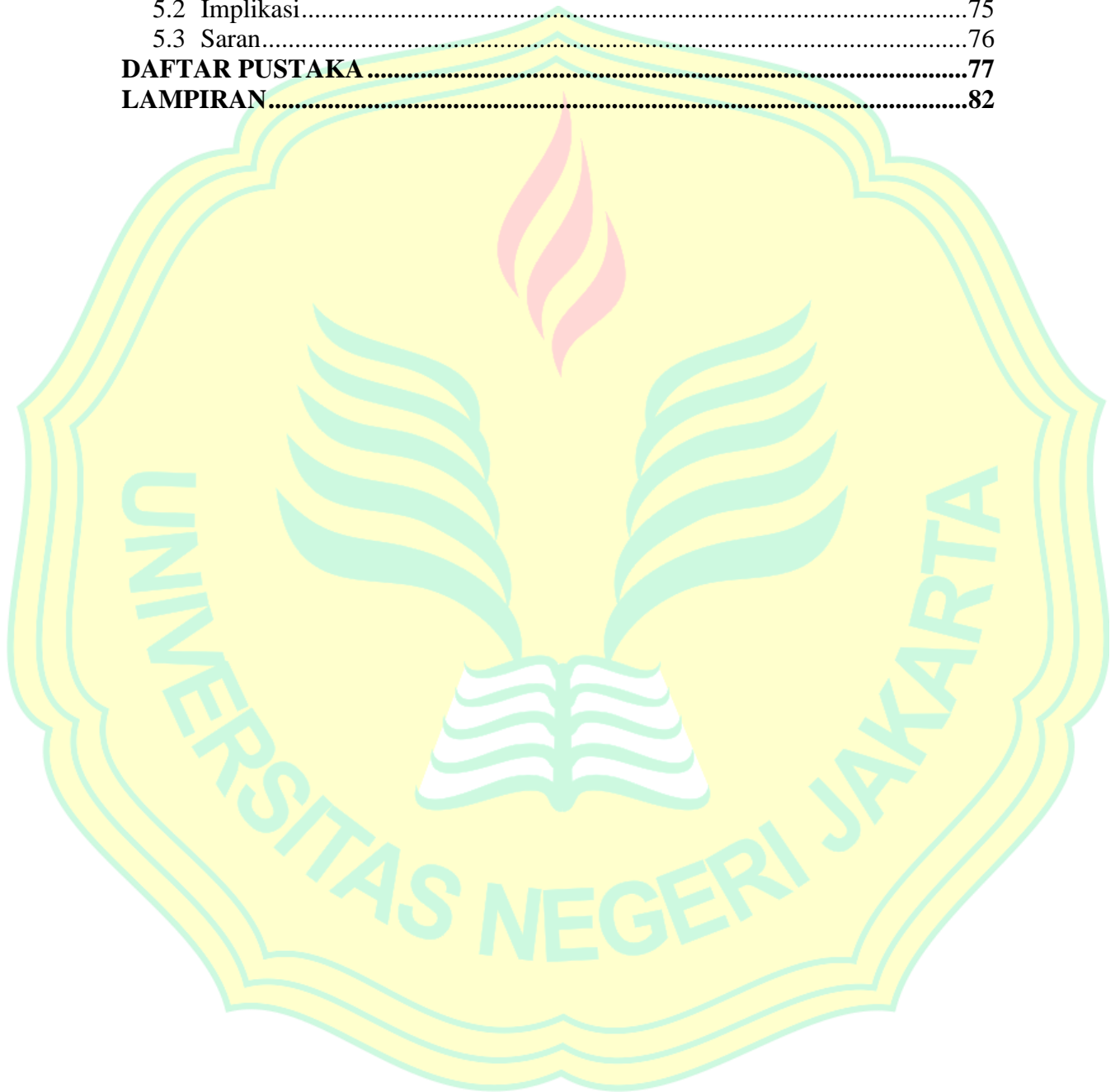
Beauty influencers on social media now have a great influence in promoting a product and influencing their followers to use the product. The purpose of this study is to find out how the role of beauty influencers in the strategy of increasing the promotion of a beauty product (X). The subject of this study is an active student of Cosmetology Education (S1) at the State University of Jakarta class of 2019-2023 who works as a beauty influencer and promotes beauty products (X). The research method used is a qualitative approach with observation data collection techniques, interviews, documentation, and literature studies. This research was conducted directly within the State University of Jakarta. The results of this study show that the promotion of beauty products (X) through collaboration with beauty influencers is stated to be quite effective in increasing promotions and sales. From the research that has been carried out, it is also known that this promotion strategy is also very appropriate considering that the target market of beauty brands (X) is teenagers to young adulthood who are currently more active in social media.

Keywords: *Beauty Influencer, Promotional Strategy, Cosmetology Students*

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORITIK DAN KERANGKA BERPIKIR	10
2.1 Kerangka Teoritik.....	10
2.1.1 Peran <i>Beauty Influencer</i> dalam Media Sosial.....	10
2.1.1.1. Hakikat Peran.....	10
2.1.1.2. <i>Beauty Influencer</i>	11
2.1.1.3. Media Sosial.....	18
2.1.2 Strategi Meningkatkan Promosi Produk Kecantikan (X).....	22
2.1.2.1. Hakikat Strategi.....	22
2.1.2.2. Promosi.....	25
2.1.2.3. Produk Kecantikan (X).....	28
2.1.3 Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.....	31
2.2 Penelitian yang Relevan.....	35
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODOOGI PENELITIAN	39
3.1 Tempat, Waktu dan Subjek Penelitian.....	39
3.2 Metode dan Rancangan Penelitian.....	40
3.3 Data dan Sumber Data.....	41
3.4 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Observasi.....	42
3.4.2 Wawancara.....	42
3.4.3 Dokumentasi.....	45
3.4.4 Studi Pustaka.....	45
3.5 Prosedur Analisis Data.....	46
3.6 Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Peranan <i>Beauty Influencer</i>	54

4.1.2 <i>Beauty Influencer</i> pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias.....	59
4.1.3 Strategi <i>Beauty Influencer</i> dalam Mempromosikan Suatu Produk.....	60
4.1.4 <i>Beauty Influencer</i> Meningkatkan Promosi Produk Kecantikan (X).....	64
4.2 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Implikasi.....	75
5.3 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82



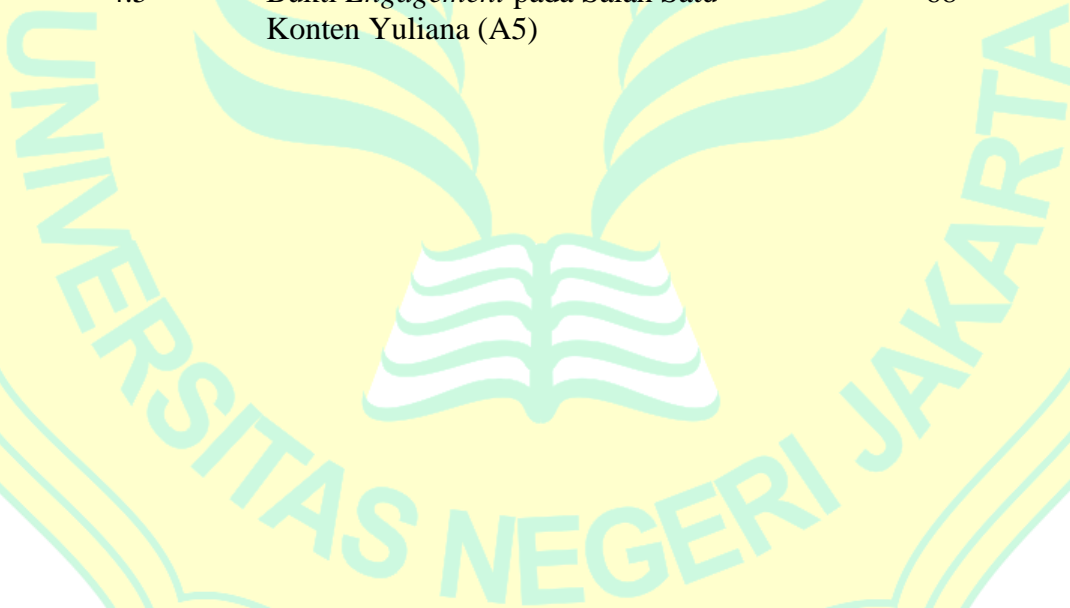
DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
3.1	Kisi-Kisi Wawancara	43
4.1	Daftar Informan Penelitian	53
4.2	Hasil Wawancara Penelitian	55



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.1	Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Dunia Tahun 2023	2
1.2	Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023	3
2.1	Produk Kecantikan (X)	30
2.2	Sosial Media Produk Kecantikan (X)	31
2.3	Kerangka Alur Berpikir	38
3.1	Langkah-Langkah Analisis Data Model Interaktif (Miles dan Huberman)	46
4.1	Bukti <i>Engagement</i> pada Salah Satu Konten Informan Diana (A1)	65
4.2	Bukti <i>Engagement</i> pada Salah Satu Konten Sahsyah (A2)	66
4.3	Bukti <i>Engagement</i> pada Salah Satu Konten Nashwa (A3)	67
4.4	Bukti <i>Engagement</i> pada Salah Satu Konten Rossa (A4)	67
4.5	Bukti <i>Engagement</i> pada Salah Satu Konten Yuliana (A5)	68



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1.	Pedoman Observasi	83
2.	Pedoman Wawancara	84
2.1	Instrumen Wawancara dengan <i>Beauty Influencer</i>	84
2.2	Instrumen Wawancara dengan Pengikut <i>Beauty Influencer</i>	86
3.	Catatan Lapangan Hasil Observasi	87
3.1	Catatan Lapangan Hasil Observasi (A1)	87
3.2	Catatan Lapangan Hasil Observasi (A2)	88
3.3	Catatan Lapangan Hasil Observasi (A3)	89
3.4	Catatan Lapangan Hasil Observasi (A4)	90
3.5	Catatan Lapangan Hasil Observasi (A5)	91
4.	Catatan Lapangan Hasil Wawancara	92
4.1	Catatan Lapangan Hasil Wawancara <i>Beauty Influencer</i> (A1)	92
4.2	Catatan Lapangan Hasil Wawancara <i>Beauty Influencer</i> (A2)	96
4.3	Catatan Lapangan Hasil Wawancara <i>Beauty Influencer</i> (A3)	99
4.4	Catatan Lapangan Hasil Wawancara <i>Beauty Influencer</i> (A4)	103
4.5	Catatan Lapangan Hasil Wawancara <i>Beauty Influencer</i> (A5)	107
4.6	Catatan Lapangan Hasil Wawancara Pengikut <i>Beauty Influencer</i> (B1)	111
4.7	Catatan Lapangan Hasil Wawancara Pengikut <i>Beauty Influencer</i> (B2)	113
4.8	Catatan Lapangan Hasil Wawancara Pengikut <i>Beauty Influencer</i> (B3)	115
5.	Dokumentasi	117
5.1	Dokumentasi Wawancara dengan <i>Beauty Influencer</i>	117
5.2	Dokumentasi Wawancara dengan Pengikut <i>Beauty Influencer</i>	118
5.3	Dokumentasi Konten <i>Beauty Influencer</i> Saat Mempromosikan Produk (X)	119
6	Daftar Riwayat Hidup	123