

**PERANAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
PEMBALUT HERBAL AVAIL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi**



HANUM RACHMAYANTI

1161903087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hanum Rachmayanti

NIM : 1161903087

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

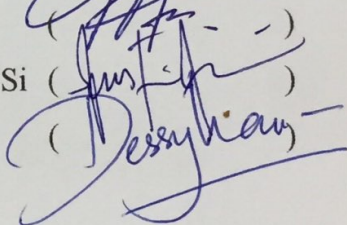
Nama : Hanum Rachmayanti
NIM : 1161903087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Peranan *Electronic Word Of Mouth* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pembalut Herbal Avail

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dianingtyas Putri S.Sos, M.Si
Penguji I : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si
Penguji II : Dessy Kania, B.A., M.A

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 24 Agustus 2018



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, dengan judul “Peranan Electronic Word Of Mouth dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pembalut Herbal Avail”. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dan membimbing dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih secara tulus kepada :

1. Ibu Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah mendoakan peneliti dan telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, serta kepada seluruh staf pengajar dan administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu, doa, bimbingan, dukungan serta bantuan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Seluruh Informan konsumen pembalut Herbal Avail yang telah meluangkan waktunya serta membantu saya dalam melancarkan skripsi saya ini.
4. Ayahanda Asep Slamet R dan Ibunda Desi Wijayanti yang saya cintai karena Allah, kedua orang tua yang selama ini telah memberikan dukungan baik dari segi moral dan material, perhatian, kasih sayang, pengorbanan, semangat serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman *batch 7* yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, terima kasih atas kerjasama, semangat dan bantuannya selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman satu bimbingan Rendy dan Nisa, Puti yang selalu memberikan dukungan, dan berjuang bersama saling menyemangati hingga Tugas Akhir ini selesai.
7. Fadhilah Ramadhan S yang telah banyak membantu dan mensupport penulis selama masa perkuliahan hingga dalam penulisan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie yang telah mengajar penulis selama satu setengah tahun. Terima kasih atas pemberian ilmu yang begitu berharga.
9. Mas Taufik dan seluruh staf Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie atas segala bantuan pengurusan proses akademik penulis.
10. Teman-teman yang telah mewarnai dan berjuan bersama kuliah di Bakrie, Hera Riana, Annida Shabrina, Muhammad Naufal Allam, Arief Aditya, Audrey Anindita, Muhammad Islam, Ria Rahmawati, Herlingga Rahadian, Puti Nidia Isni, Nadya Rizkiyanti
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas segalanya.

Akhir kata, Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Jakarta, 24 Agustus 2018

Hanum Rachmayanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Hanum Rachmayanti
NIM : 1161903087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERANAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PEMBALUT
HERBAL AVAIL”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Agustus 2018

Yang menyatakan



Hanum Rachmayanti

**PERANAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PEMBALUT
HERBAL AVAIL**

Hanum Rachmayanti

ABSTRAK

Electronic Word Of Mouth merupakan suatu bentuk komunikasi perseorangan melalui media online yang kini sudah menjadi tempat yang sangat penting untuk konsumen memberikan opininya dan telah dianggap lebih efektif dibandingkan *word of mouth*, karena tingkat cakupannya lebih luas dan dapat dilihat oleh siapa pun. Dengan adanya *electronic word of mouth* sangat membantu calon konsumen untuk mendapatkan kepercayaan terhadap produk yang ingin dibeli nya atau yang telah dibeli nya. Konsumen biasanya mencari informasi terkait pembalut Herbal Avail pada situs jejaring sosial seperti YouTube, Facebook, Blog, dan Instagram. Situs jejaring sosial tersebut merupakan tempat para konsumen memberikan opininya tentang pembalut Herbal Avail dan mudah untuk di akses oleh siapa pun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan analisis pengelolaan data menggunakan *indepth interview* terhadap empat informan yakni wanita dewasa usia 25-40 tahun, yang menggunakan pembalut Herbal Avail. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen di dapatkan dengan menunjukkan opini positif dari konsumen pembalut Herbal Avail lainnya, dan mendapatkan rekomendasi dari orang sekitar terutama orang terdekat yang juga memakai pembalut Herbal Avail. Selain itu pembuktian yang menunjukkan bahwa pembalut Herbal Avail benar-benar aman digunakan dibandingkan dengan pembalut biasa lainnya, dan bentuk perhatian yang lebih dari perusahaan berupa uang asuransi yang ditawarkan.

Kata kunci : e-WOM, Kepercayaan, Pembalut, Herbal

THE ROLE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH IN IMPROVING CONSUMER CONFIDENCE OF PEMBALUT HERBAL AVAIL

Hanum Rachmayanti

ABSTRACT

Electronic Word Of Mouth is a kind of individual communication through online media which which has now become a very important place for customer to give their opinion and is recognise to be more effective than word of mouth, because it have wider level of coverage and can be seen bt anyone. With the availability of electronic word of mouth, it is very helpful for prospective customers to gain trust to the product they want to buy or the ones that they bought. Customers usually seek for information related to Herbal Avail pads on social media website like YouTube, Facebook, Blog and Instagram. Those social media website were places for the customers give their opinion about Herbal Avail pads and its easy to access by anyone. This research using qualitative methods, with data management analysis using indepth interview against four adult woman informants with age 25-40 years, which using Herbal Avail pads. The result from this research shows that customers trust earned with showing postitive opinion from another Herbal Avail pads customers, and gaining recommendation from people around especially the closest one that also using Herbal Avail pads. Other than that, proof also shows that Herbal Avail pads is completely safe to use if compared to another regular pads, and more attention from the company in the form of insurance money offered

Keywords: e-WOM, Trust, Pads, Herbal

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran.....	23
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2 Electronic Word Of Mouth (WOM).....	26
2.2.4 Media Sosial.....	30
2.2.5 Facebook.....	32

	2.2.6 Kepercayaan.....	33
	2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	38
	3.1 Metode Penelitian.....	38
	3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	40
	3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
	3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	42
	3.5 Teknik Analisis Data.....	47
	3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	48
	3.7 Keterbatasan Penelitian.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
	4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	50
	4.2 Hasil Penelitian.....	56
	4.2.1 Electronic Word Of Mouth.....	56
	4.2.1.1 <i>Intensity</i>	56
	4.2.1.2 <i>Valance of Opinion</i>	61
	4.2.1.3 <i>Content</i>	64
	4.2.2 Kepercayaan.....	69
	4.2.2.1 Kemampuan (<i>Ability</i>).....	69
	4.2.2.2 Kebaikan Hati (<i>Benevolance</i>).....	73
	4.2.2.3 Integritas (<i>Integrity</i>).....	74
	4.3 Pembahasan.....	80
	4.3.1 Analisis <i>electronic word of mouth</i> dan kepercayaan konsumen pembalut Herbal Avail.....	80
	4.2.2.3 <i>Intensity</i>	82
	4.2.2.3 <i>Valance of Opinion</i>	85
	4.2.2.3 <i>Content</i>	87

4.2.2.3 kemampuan (<i>ability</i>).....	90
4.2.2.3 kebaikan hati (<i>benevolence</i>).....	93
4.2.2.3 Integritas (<i>Integrity</i>)	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Akademis.....	101
5.2.2 Saran Praktis.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	layanan yang di akses	1
Gambar 1.2	Instagram adorable Projects	5
Gambar 1.3	testimoni dari konsumen.....	5
Gambar 1.4	Instagram Nama Studios.....	6
Gambar 1.5	Testimoni dari konsumen	6
Gambar 1.6	Testimoni dari blog	9
Gambar 4.1	Kandungan yang terdapat pada pembalut Herbal Avail.....	51
Gambar 4.2	Bentuk pembalut Herbal Avail	52
Gambar 4.3	Varian pembalut Herbal Avail	53
Gambar 4.4	Perbandingan pembalut biasa dengan pembalut Herbal avail	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	43