

**ANALISIS KORUPSI KOMUNIKASI INFLUENCER PRODUK S
PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM A**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi



Oleh:

Shela Nawanti Putri - 1181903047

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shela Nawanti Puti

NIM : 1181903047

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 Mei 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Shela Nawanti Puti
NIM : 1181903047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Korupsi Komunikasi Influencer
Product S pada akun media social Instagram A




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 : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr.

Penguji 1 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.,Dr.

Penguji 2 : Manik Sunuantari, Dr., Dra., M.Si.



.....)

(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 Mei 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan skripsi yang dibuat penulis berjudul "Analisis Korupsi Komunikasi Influencer Product Scarlett whitening pada akun media social Intagram @ANNALADAINA" bisa dikerjakan dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai syarat kelengkapan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, akan terasa sangat sulit bagi saya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ety zahro, orang tua penulis yang telah mendidik penulis selama ini dengan penuh kasih sayang tanpa batas dan selalu mendukung langkah penulis dengan penuh kebijaksanaan.
2. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.,Dr. dan Manik Sunuantari, Dr., Dra., M.Si. selaku penguji Tugas Akhir yang telah memberi kritik dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Adam Azano dan Larasati pramutina selaku sahabat yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie *Batch* 10, yang telah berbagi semangat dan kerjasama selama penulis menempuh perkuliahan sampai dengan menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu selama masa perkuliahan dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga segala kritik, saran, serta masukan sangatlah diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis berharap, skripsi ini dapat bermanfaat sebagai rujukan maupun masukan untuk berbagai kepentingan. Terima kasih.

Jakarta, 3 Mei 2021

Shela Nawanti Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shela Nawanti Putri
NIM : 1181903047
Program Studi : *Marketing Communication*
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 yang berjudul:

ANALISIS KORUPSI KOMUNIKASI INFLUENCER PRODUK S PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM A

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 : 3 Mei 2021

Yang menyatakan



Shela Nawanti Putri

ANALISIS KORUPSI KOMUNIKASI INFLUENCER PRODUK S PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM A

Shela Nawanti Putri

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan komunikasi di era digital diikuti dengan proses komunikasi di masyarakat. Media komunikasi digital dinilai efisien, praktis dan ekonomis dalam penyampaian dan penerimaan pesan yang dapat diselesaikan dengan cepat dari satu belahan bumi ke belahan bumi lainnya. Dengan kemajuan teknologi seluler, penetrasi kecepatan internet yang lebih tinggi, alat pemasaran baru, dan tren pasar yang berubah, pemasaran digital kini dianggap sebagai alternatif masa depan, yang keberadaannya secara bertahap menggeser metode pemasaran lainnya, salah satunya adalah dengan influencer. A merupakan salah satu influencer yang memanfaatkan followersnya di media sosial untuk mempromosikan produk brand yang ingin berkolaborasi. Kolaborasi ini berupa review produk di media sosial Instagram yang menguntungkan dirinya dan brand. Salah satu produk yang A gunakan sebagai influencer untuk mempromosikan produknya adalah S. Pada jurnal ini peneliti mengidentifikasi tindakan korupsi komunikasi A berdasarkan teori milik Wijaya B. S.

Kata kunci: Korupsi komunikasi, Komunikasi, Influencer, Sosial media

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tujuan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Online	18
2.2.2 Korupsi Komunikasi	23
2.2.3 <i>Digital Influencer</i>	28
2.2.3.1 Media Sosial	31
2.2.3.2 Instagram	34
2.2.4 Kerangka Pemikiran	38

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1	Metode Penelitian	40
3.2	Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	41
3.2.1	Objek yang diteliti	41
3.2.2	Subjek Penelitian	42
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.4	Operasionalisasi Konsep	45
3.5	Analisis Data	49
3.6	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Latar Belakang A	53
4.1.2	Latar belakang S	55
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Proses komunikasi A dan S	58
4.2.2	Korupsi komunikasi A Dan S	59
4.2.2.1	Korupsi Komunikasi Dimensi Media	60
4.2.2.2	Korupsi Komunikasi Dimensi Pesan	60
4.2.2.3	Korupsi Komunikasi Dimensi Moral	63
4.2.2.4	Korupsi Komunikasi Dimensi Konteks <i>Power</i> Dan <i>Opportunity</i>	
4.3	Pembahasan	65
4.3.1	Strategi “The Visible Side Of The Moon	65
4.3.2	Penyebab Terjadinya Korupsi Komunikasi Pada Instagram A	66

4.3.3 Perbandingan A dengan Influencer lainnya	68
4.3.4 Pola Model Korupsi Komunikasi Pada Instagram A	69
BAB V KESIMPULAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2.1 Saran Teoritis	74
5.2.2 Saran Metodologis	74
5.2.3 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Akun Instagram S	7
Gambar 2.2	<i>Review</i> produk S pada website Femail Daily	7
Gambar 2.3	<i>Review</i> produk S pada akun A	8
Gambar 2.4	Korupsi komunikasi dapat terjadi dalam upaya memenuhi kebutuhan dan tujuan komunikasi	22
Gambar 2.5	Dimensi koruptivitas komunikasi dalam proses manajemen makna	27
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	36
Gamabr 4.1	Akun Instagram A	49
Gambar 4.2	Channel youtube A	50
Gambar 4.3	Hasil penilaian Inzipre.me	51
Gambar 4.4	Akun Instagram S	52
Gambar 4.5	Skor S Di Situs Female Daily	53
Gambar 4.6	<i>Review</i> S Di Situs Female Daily	51
Gambar 4.7	Skor S Di Situs Soco	54
Gambar 4.8	<i>Review</i> S Di Situs Soco	54
Gambar 4.9	<i>Review</i> produk S pada akun A	57
Gambar 4.9	<i>Review</i> produk S pada akun A	58

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Karakteristik Informan	40
Tabel 3.2	Operasionalisasi Konsep	43