

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM  
@scarlett\_whitening PADA PRODUK *BODY LOTION*  
SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA  
DITINJAU DARI ASPEK INTERNAL *THE SELF***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**RETNO INDRAWATI OKTAVIANA**

**1191903034**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama : Retno Indrawati Oktaviana

NIM : 1191903034

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Juli 2023

## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini ditujukan oleh:

Nama : Retno Indrawati Oktaviana  
NIM : 1191903034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Melalui Instagram  
@scarlett\_whitening Pada Produk *Body Lotion* Scarlett  
Whitening By Felicya Angelista Ditinjau Dari Aspek  
Internal *The Self*.

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si (  )

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S. Sos., MMediaPrac. (  )

Penguji 2 : Dra. Suharyanti, M.S.M (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Juli 2023

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Retno Indrawati Oktaviana

NIM : 1191903034

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : 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:

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM  
@SCARLETT\_WHITENING PADA PRODUK *BODY LOTION*  
SCARLETT WHITENING BY FELICYA ANGELISTA  
DITINJAU DARI ASPEK INTERNAL *THE SELF*.**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Retno Indrawati Oktaviana)

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur tak henti penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memlimpahkan Kasih, Berkah dan penyertaannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Melalui Instagram @scarlett\_whitening Pada Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening By Felicya Angelita Ditinjau Dari Aspek Internal *The Self*”. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi sebagai persyaratan kelulusan di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, penulis tidak luput dari berbagai kesulitan, dan hambatan. Namun atas bantuan beberapa pihak dalam menjalankan proses penelitian, penulis tidak akan berada disini tanpa bantuan mereka dalam memberikan kritik, saran dan motivasi yang membangun. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

### **1. Keluarga Penulis**

Terima kasih untuk Papa, Mama, Uthi, Mba Hosi, Mas Anta, Timothy, Angelita, Kak Fenny, Tante Erna, Tua Fenny dan keluarga Tangerang untuk semua kepercayaan, kesabaran, dan dukungan materi hingga spritual yang telah diberikan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

### **2. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarannya untuk Miss Dianingtyas yang telah membimbing selama proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih Miss Dian, karena selalu meluangkan waktu, penuh kesabaran, ketulusan untuk dapat menerima keadaan penulis. Melalui proses penulisan ini, banyak hal-hal baru untuk penulis pelajari melalui Miss Dian yang dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

### **3. Mirana Hanathasia, S. Sos., MMediaPrac.**

Terima kasih kepada Ibu Mirana Hanathasia selaku pembahas dalam sidang seminar proposal yang telah memberikan saran, kritik dan masukan, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

### **4. Dra. Suharyanti, M.S.M**

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, sekaligus menjadi pembahas dalam sidang tugas akhir peneliti dalam memberikan masukan, kritik dan saran agar penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

### **5. Pengguna *Body Lotion* Scarlett Whitening dan Triangulator**

Penulis mengucapkan terima kasih untuk Kak Tze, Fenny, Nur Alifia dan Mba Venny yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Terima kasih sudah membantu memperlancar jalannya penelitian ini dengan kooperatif menjawab semua pertanyaan penulis.

### **6. Evan Chiandra**

Terima kasih untuk Koh Evan yang selalu ada dalam kondisi *ups and down* penulis. Terima kasih telah meluangkan waktu dalam proses menemani penulisan skripsi ini, untuk telinga yang siap mendengar setiap kendala dalam proses menulis skripsi, hingga canda tawa dan energi semangat dalam menyelesaikan proses ini.

### **7. Kelas A Karyawan *Batch 12***

Terima kasih untuk Kartika, Gumi, Rafika, Amel dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu ketika menghadapi kesulitan, terima kasih telah berjuang melalui proses perkuliahan hingga tugas akhir. Terima kasih untuk kebaikan dan kenangannya melewati kelas malam. Sukses untuk kita semua!

### **7. Sahabat Penulis**

Terima kasih untuk Ayu, Ririez, dan kalian semua yang tidak bisa disebutkan satu-satu, untuk selalu hadir memberikan semangat dalam proses penulisan skripsi ini.

### **8. Retno Indrawati Oktaviana**

Terima kasih untuk diri saya sendiri, penulis merasa bangga dengan diri sendiri karena tidak berhenti untuk terus berjuang sampai akhir dalam menjalani penulisan tugas akhir ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan penulis lainnya di masa yang akan datang. Meskipun, pasti masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, penulis berharap dapat menerima kritik dan saran membangun. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 24 Juli 2023

Retno Indrawati Oktaviana

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM  
@scarlett\_whitening PADA PRODUK *BODY LOTION*  
SCARLETT WHITENING BY FELICIA ANGELISTA  
DITINJAU DARI ASPEK INTERNAL *THE SELF***

**RETNO INDRAWATI OKTAVIANA**

---

**ABSTRAK**

Dalam dunia industri kecantikan sekarang ini merupakan dunia yang cukup kompetitif baik strategi pemasarannya dilakukan secara langsung maupun digital yakni media sosial sebagai *tools marketing* nya, adanya Covid-19 generasi Z beralih mencari informasi terkait beragam konten kecantikan. Mengetahui fenomena ini, maka objek penelitian yang diteliti adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Scarlett Whitening oleh Felicia Angelista khususnya pada produk *body lotion*. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen generasi z atau *followers* yang aktif menggunakan produk *body lotion*nya. Penelitian ini dianalisis menggunakan *consumer behaviour* Solomon ditinjau dari aspek internal *the self*. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil pembahasannya menunjukkan bahwa *mind* merupakan faktor yang paling mempengaruhi perilaku konsumen, dikarenakan rata-rata informan memiliki tujuan dan pemikiran yang sama yaitu ingin mencerahkan kulitnya dengan menggunakan *body lotion* dari Scarlett Whitening sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dirinya dan menghargai dirinya.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, *The Self*, *Body Lotion* Scarlett Whitening

***ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR THROUGH  
INSTAGRAM @scarlett\_whitening IN SCARLETT WHITENING  
BODY LOTION BY FELICYA ANGELISTA VIEWED  
FROM THE INTERNAL ASPECT***

**RETNO INDRAWATI OKTAVIANA**

---

**ABSTRACT**

*In the current world of the beauty industry, which is a fairly competitive world, both the marketing strategy is carried out directly and digitally, namely social media as a marketing tool, with Covid-19, generation Z has turned to looking for information related to various beauty content. Knowing this phenomenon, the research object under study is how the digital marketing communication strategy is carried out by Scarlett Whitening by Felicia Angelista, especially on body lotion products. The purpose of this research is to find out how the consumer behavior of Generation Z or followers who actively use their body lotion products. This research was analyzed using Solomon's consumer behavior in terms of the internal aspect of the self. This research method uses a qualitative phenomenological approach. The results of the discussion show that mind is the factor that most influences consumer behavior, because the average informant has the same goals and thoughts, namely wanting to brighten their skin by using body lotion from Scarlett Whitening so that they can increase their confidence and respect themselves.*

***Keywords:*** *Consumer Behavior, The Self, Scarlett Whitening Body Lotion*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan Penelitian .....	18
1.4. Manfaat Penelitian .....	18
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2. Manfaat Praktis .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
2.1. Konsep Yang Relevan .....	20
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	23
2.1.3. Media Sosial.....	27
2.2. Penelitian Sebelumnya Dan Pernyataan Kebaruan.....	29
2.3. Model Kerangka Pemikiran .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1. Desain dan Pendekatan .....	45
3.2. Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.3. Pengumpulan Data .....	46
3.4. Analisis Data.....	49
3.5. Triangulasi Data.....	51
3.6. Operasionalisasi Konsep.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>

4.1	Gambaran Konteks Penelitian .....	53
4.1.1	Scarlett Whitening.....	53
4.1.2.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	55
4.2.	Penyajian Data .....	59
4.2.1	Perilaku Konsumen <i>The Self</i> .....	60
4.3	Pembahasan dan Diskusi .....	67
4.3.1	Perilaku Konsumen <i>The Self</i> .....	67
4.4.	<i>Novelty</i> (Kebaruan) .....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		72
5.1	Simpulan .....	72
5.2.	Kendala dan Keterbatasan.....	72
5.3.	Saran dan Implikasi.....	73
5.3.1	Saran Teoritis .....	73
5.3.2	Saran Praktis .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN.....		79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Preferensi Brand Kosmetik .....	5
Gambar 1.2. Instagram Sebagai Sumber Informasi .....	9
Gambar 1.3. Logo Scarlett Whitening .....	10
Gambar 1.4. Penguasa Brand Produk Kecantikan .....	11
Gambar 1.5. Akun Instagram & Website Scarlett Whitening.....	13
Gambar 1.6. Tampilan Instagram Scarlett Whitening .....	14
Gambar 1.7. Kolom Komentar dan Fitur <i>Shop</i> Instagram .....	14
Gambar 1.8. Aktivitas Pemasaran Scarlett.....	15
Gambar 1.9. Tampilan Instagran Rans <i>Beauty</i> .....	16
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 4.1 Profil Instagram @scarlett_whitening .....	54
Gambar 4.2 Fenny Fitrianiingsih .....	56
Gambar 4.3 Shirley .....	57
Gambar 4.4 Nur Alifia .....	58
Gambar 4.5 Venny Monica .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Sebelumnya.....	36
Tabel 3.1. Kriteria Data Informan.....	48
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	52