

**RESPON KHALAYAK TERKAIT KONTEN *BLIND REVIEW* PARFUM
MYKONOS OLEH *BEAUTY INFLUENCER*
(Studi AISDALSLove® terhadap Pengikut Akun YouTube Tasya Farasya)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,
Universitas Bakrie



RATU DAFFI SYAHRANI

1211003077

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

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ratu Daffi Syahrani

NIM : 1211003077

Tanda Tangan : 

Tanggal : Jakarta, 20 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

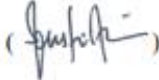
Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ratu Daffi Syahrani
NIM : 1211003077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Respon Khalayak terkait Konten Blind Review Parfum Mykonos oleh Beauty Influencer (Studi AISDALSLove terhadap Pengikut akun YouTube Tasya Farasya)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 2 : Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “Respon Khalayak terkait Konten Bind Review Parfum Mykonos oleh Beauty Influencer (Studi AISDALSLove® terhadap Pengikut Akun YouTube Tasya Farasya)” dengan sebaik-baiknya. Penyusunan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang begitu berarti, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin, dan dengan rahmat-Nya penulis diberikan kesehatan dalam mengerjakan tugas akhir hingga selesai.

2. Bunda, Ayah, dan Kucing-kucing penulis

Terima kasih sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta yaitu Bunda dan Ayah yang selalu mendukung dan percaya dengan apa yang penulis kerjakan. Selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang kepada penulis. Selain itu kepada kucing-kucing penulis Leci, Lily, Mocca, Kyubi, Oyen, Bocil, Dut, Keko, Kian, Kiko, Kiki, dan Leo walaupun tidak dapat melihat ini tetapi penulis berterima kasih atas kehadirannya di rumah yang selalu membuat penulis tenang dan semangat ketika mengerjakan tugas akhir.

3. Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Bapak Bambang karena telah membimbing penulis dengan sabar, memberikan waktu, dan selalu membantu penulis dari awal mengerjakan dan

sampai akhir proses pengerjaan tugas akhir. Segala ilmu yang telah diberikan Bapak Bambang kepada Penulis sangat bermanfaat selama pengerjaan skripsi dan sampai kapan pun.

4. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu serta wawasan bagi Penulis selama berkuliah di Universitas Bakrie.

5. Informan Penulis

Terima kasih kepada seluruh informan yang telah membantu Penulis dan sudah bersedia memberikan pandangan mengenai objek penelitian Penulis. Melalui pandangan informan mampu membantu Penulis dalam mengerjakan hingga selesai.

6. Alyaa Salsabilla

Terima kasih kepada Bila yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan tugas akhir, yang selalu ada di saat penulis sedih dan senang. Terima kasih telah menyemangati penulis selama mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai.

7. Sahabat seperjuangan

Terima kasih kepada Azzasyifa Adriyani, Gladys Naval, Azkiya Faradila, dan Nada Kamiliya yang menemani penulis dari masih menjadi mahasiswa baru di Universitas Bakrie hingga saat ini. Berkat dukungan mereka penulis dapat menjalani perkuliahan dari awal hingga saat ini dengan rasa senang. Terima kasih telah menjadi teman yang amat baik dan selalu membuat penulis percaya diri dan merasa nyaman.

8. Sahabat Organisasi

Terima kasih kepada Alyaa, Velisya, Lila, Nada, Azkiya, Diva, Fahira, dan Dorothy yang telah menjadi penyemangat selama Penulis berada di organisasi dan masa perkuliahan. Terima kasih telah membuat penulis tertawa dan membantu selama

penulis kesusahan. Berkat mereka penulis selalu semangat menjalani masa perkuliahan, penulis beruntung mengenal mereka.

9. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie (HMILKOM-UBakrie)

Terima kasih kepada HMILKOM-UBakrie yang telah menerima dan menjadi wadah bagi Penulis untuk mengembangkan skill, segala pelajaran berharga Penulis dapatkan saat menjadi pengurus di HMILKOM-UBakrie. Terkhusus terima kasih kepada teman-teman pengurus 21 yaitu Diva, Dorothy, Ishika, Jarwal, Nada, Rahma, Lila, Nita, Fahira, Alyaa, Azkiya, Velisya, Alivia, Ferdi, Herdy, Faizal, dan Zaman yang telah bersama melalui masa perkuliahan ini.

10. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2021

Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan penulis dari tahun pertama masuk kuliah hingga saat ini sudah menjadi mahasiswa akhir, terima kasih telah berjuang, memberikan semangat, dan keceriaan selama masa perkuliahan. Semangat dan sukses selalu KOMUNAL 21.

11. Seluruh orang yang tidak bisa disebutkan

Terima kasih untuk seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan semua atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis serta doa-doa yang diberikan kepada Penulis.

12. Ratu

Terakhir, penulis ingin memberikan ungkapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ratu Daffi Syahrani, diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang sudah kamu mulai. Seperti yang ada dalam QS. Al-baqarah: 286, Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ayat ini menjadi pegangan kamu selama menjalankan proses ini dan membuat kamu percaya dengan apa yang telah diberikannya, terima kasih Ratu telah bertahan.

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril dan materil. Akhir kata, penulis berharap semua perbuatan baik akan berbalas hal baik kepada semua orang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ratu Daffi Syahrani', with a stylized, cursive script.

Ratu Daffi Syahrani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ratu Daffi Syahrani
NIM : 1211003077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-exclusive Royalty Fee Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

RESPON KHALAYAK TERKAIT KONTEN *BLIND REVIEW* PARFUM MYKONOS OLEH *BEAUTY INFLUENCER*

(Studi AISDALSLove® terhadap Pengikut Akun YouTube Tasya Farasya)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmdia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Ratu Daffi Syahrani)

**RESPON KHALAYAK TERKAIT KONTEN *BLIND REVIEW* PARFUM
MYKONOS OLEH *BEAUTY INFLUENCER*
(Studi AISDALSLove® terhadap Pengikut Akun YouTube Tasya Farasya)**

Ratu Daffi Syahrani

ABSTRAK

Tasya Farasya merupakan salah satu beauty influencer yang memiliki banyak pengikut pada platform YouTube, Kehadirannya dalam dunia kecantikan sudah tidak diragukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan akan respon khalayak dengan menggunakan model AISDALSLove® terhadap konten *blind review* yang dibuat oleh Tasya Farasya terhadap merek parfum lokal Mykonos. Respon khalayak nantinya akan ditinjau dengan model komunikasi pemasaran AISDALSLove® (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like, Share, dan Love). Teori ini nantinya akan membantu merumuskan satupersatu tahapan yang dilewati oleh khalayak dan akan dianalisis secara mendalam bagaimana respon khalayak terhadap konten blind review parfum Mykonos oleh Tasya Farasya. Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenografi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya variasi respon berbeda yang diterima oleh khalayak ketika menonton konten *blind review* mulai dari tahapan awal hingga hubungan jangka panjang yang terbentuk. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana respon khalayak dapat diteliti dan dianalisis dengan model komunikasi pemasaran AISDALSLove®.

Kata Kunci: AISDALSLove®, Konten *Review*, *Influencer*,

**RESPON KHALAYAK TERKAIT KONTEN *BLIND REVIEW* PARFUM
MYKONOS OLEH *BEAUTY INFLUENCER*
(Studi AISDALSLove® terhadap Pengikut Akun YouTube Tasya Farasya)**

Ratu Daffi Syahrani

ABSTRACT

Tasya Farasya is one of the beauty influencer who has large followers on her YouTube channel. Her presence in the beauty industry is undeniable. This Study aims to identify and explain audience responses using AISDALSLove® model toward the blind review content created by Tasya Farasya regarding the local parfum brand Mykonos. Audience responses will be reviewed through the marketing communications model AISDALSLove® (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like, Share, and Love). This theory will assist in formulating each stage experienced by the audience and will analyze in depth how the audience responds to the blind review content of Mykonos perfume by Tasya Farasya. The research method used is phenomenography with qualitative approach. The result indicates that there are variations in responses received by the audience when watching the blind review content, ranging from the initial stage to the long-term relationship formed. This study provides insights into how audience responses can be examined and analyzed using the AISDALSLove® marketing communication model.

Keywords: AISDALSLove®, Content Review, Influencer.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	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 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep yang relevan.....	12
2.1.1 Fenomenografi.....	12
2.1.3 Model Komunikasi Pemasaran AISDALSLove®.....	13
2.1.3 Model Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4 Konten Pemasaran di Media Sosial	21
2.1.5 YouTube.....	23
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataaan Kebaruan	23
2.3 Model Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain dan Pendekatan	34
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	34
3.2.1 Objek Penelitian.....	34
3.2.2 Subjek Penelitian	35
3.2.2.1 Profil Informan	36
3.3 Pengumpulan Data	37
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	38
3.4 Analisis Data	38
3.5 Triangulasi Data	39
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Akun YouTube Tasya Farasya.....	44
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian.....	48
4.2 Penyajian Data	56
4.2.1 Respon Khalayak terkait Aspek <i>Attention</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	56
4.2.2 Respon Khalayak terkait Aspek <i>Interest</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	59
4.2.3 Respon Khalayak terkait Aspek <i>Search</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	62
4.2.4 Respon Khalayak terkait Aspek <i>Desire</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	67
4.2.5 Respon Khalayak terkait Aspek <i>Action</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	70

4.2.6	Respon Khalayak terkait Aspek <i>Like/dislike</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	74
4.2.7	Respon Khalayak terkait Aspek <i>Share</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	78
4.2.8	Respon Khalayak terkait Aspek <i>Love (Love/hate)</i> Pada Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos oleh <i>Beauty Influencer</i>	81
4.3	Pembahasan dan Diskusi	84
4.3.1	Judul Konten sebagai Daya Tarik Konten <i>Blind review</i>	84
4.3.2	Dinamika Testimoni Digital dalam Proses Khalayak Menerima Informasi	85
4.3.3	Gaya Komunikasi Pendorong Ketertarikan	87
4.3.4	Respon Khalayak terhadap Konten <i>Blind review</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Kendala dan Keterbatasan	92
5.3	Saran dan Impikasi	92
5.3.1	Saran Akademis	92
5.3.2	Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Februari 2025 Persentase Penggunaan Media.....	2
Gambar 1.2 Februari 2025 Penonton Product Review dan <i>Influencer</i> Video.....	5
Gambar 1.3 Top 10 Aplikasi dengan Pengguna Aktif.....	6
Gambar 1.4 Kanal YouTube Tasya Farasya	7
Gambar 1.5 Konten <i>Blind review</i> Parfum celebrity top Indonesia dari nagita slavina, jessica mila, nicholas saputra.....	8
Gambar 2. 1 AISDALSLove® Model	14
Gambar 2. 2 The Pyramid of Love towards Brand	17
Gambar 2. 3 The Elaboration Likelihood Model of Persuasion.....	19
Gambar 3.1 Konten <i>Blind review</i> Parfum Mykonos	35
Gambar 4. 1 Foto Tasya Farasya	45
Gambar 4. 2 Akun YouTube Tasya Farasya	45
Gambar 4. 3 Disclaimer Parfum dibeli sendiri oleh Tasya Farasya	47
Gambar 4. 4 9 Varian parfum Mykonos.....	48
Gambar 4. 5 Mochammad Adly (Informan Pertama)	49
Gambar 4. 6 Azzasyifa Adriyani (Informan Kedua)	50
Gambar 4. 7 Fira Khansa (Informan Ketiga)	51
Gambar 4. 8 Farah Zhafira (Informan Keempat).....	52
Gambar 4. 9 Keisya Zahra (Informan Kelima)	53
Gambar 4. 10 Hany Nurahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom., Ph.D	55
Gambar 4. 11 Khotimah Khairunisa (Triangulator 2).....	56
Gambar 4. 12 Konten Blind review Parfum Mykonos oleh Tasya Farasya	57
Gambar 4. 13 Top 3 varian Parfum Mykonos oleh Tasya Farasya	60
Gambar 4. 14 Juara parfum Mykonos oleh Tasya Farasya	61
Gambar 4. 15 Penjelasan Top Notes yang dirasakan Tasya Farasya.....	61
Gambar 4. 16 Pencarian Produk Rekomendasi melalui Marketplace.....	64
Gambar 4. 17 Pencarian Produk Rekomendasi Mykonos pada Platform Video seperti TikTok.....	65
Gambar 4. 18 Scene penjelasan aroma Apek oleh Tasya Farasya	67
Gambar 4. 19 Komentar Video Konten Blind review Parfum Mykonos	71

Gambar 4. 20 Varian Parfum Aphrodite.....	72
Gambar 4. 21 Konten Blind review Parfum Mykonos	75
Gambar 4. 22 Parfum Mykonos Aphrodite	76
Gambar 4. 23 Clip Konten Blind review Parfum Mykonos pada Platform Lain.	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Profil YouTube <i>Beauty Influencer</i>	7
Tabel 3.1 Operasional dan Konseptual.....	41
Tabel 4. 1 Informasi Subjek Utama.....	53
Tabel 4. 2 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Attention</i>	58
Tabel 4. 3 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Interest</i>	62
Tabel 4. 4 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Search</i>	66
Tabel 4. 5 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Desire</i>	69
Tabel 4. 6 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Desire</i>	73
Tabel 4. 7 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Like/dislike</i>	77
Tabel 4. 8 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Share</i>	80
Tabel 4. 9 Coding Data Respon Khalayak pada Aspek <i>Love</i>	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	99
Lampiran 2	108
Lampiran 3	119
Lampiran 4	128
Lampiran 5	138
Lampiran 6	147
Lampiran 7	155
Lampiran 8	175
Lampiran 9	177
Lampiran 10	178
Lampiran 11	179