

202110040311422
Rapri Candra Pangestu
Prodi Ilmu Komunikasi

**PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN
PERAWATAN WAJAH DALAM TIKTOK
(Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun
TikTok @drrichardlee)**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi



Disusun oleh

Rapri Candra Pangestu

NIM : 202110040311422

Dosen Pembimbing:

Drs. Farid Rusman, M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG 2026**

LEMBAR PENGESAHAN

PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN PERAWATAN WAJAH
DALAM TIKTOK (studi resepsi mahasiswa ilmu komunikasi umm pada akun
tiktok @ drrichardlee)

Diajukan Oleh :

RAPRI CANDRA PANGESTU

202110040311422

Telah disetujui
selasa / 26 mei 2026

Pembimbing I

Drs. Farid Rusman, M.Si

Wakil Dekan I



Musilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

RAPRI CANDRA PANGESTU
202110040311422

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

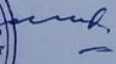
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Hari, tgl bulan tahun sidang
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si ()
2. Jamroji, S.Sos., M.Comms ()
3. Drs. Farid Rusman, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Agus Susilo, M.Si.


SURAT PERNYATAAN


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :


Nama : Rapri Candra Pangestu
NIM : 20211004311422
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang




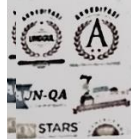
Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul **PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN PERAWATAN WAJAH DALAM TIKTOK (Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun TikTok @drrichardlee)** adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, Saya bersedia **TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 januari 2026
Yang Menyatakan,

Rapri Candra Pangestu







Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur

Kampus III
Jl. Raya Tiogomas No 246 Malang, Jawa Timur

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG TENTANG
 PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/ TESIS/ DISERTASI DENGAN JUDUL:

**PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN PERAWATAN WAJAH
DALAM TIKTOK**

(Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun TikTok @drrichardlee)

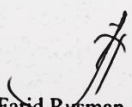
Nama : Rapri Candra Pangestu
NIM : 202110040311422

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi


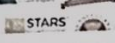
Menyetujui,

Malang 9 januari 2026

Pembimbing I/Promotor


Drs. Farid Rusman, M.Si.
NIP. 10390090173

(*) Coret yang tidak perlu


 

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi


Nama : Rapri Candra Pangestu
NIM : 202110040311422

Hasil Plagiasi : 13/1 14/1

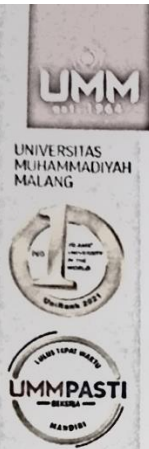
BAB I	10			
BAB II	5			
BAB III	22	4		

BAB IV	8			
BAB V	0			
BAB VI	10			

Malang, 14 Januari 2026
Admin Plagiasi Prodi,

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Rapri Candra Pangestu
2. NIM : 202110040311422
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : **Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Pesan Perawatan Wajah Dalam Tiktok (Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun TikTok @drrichardlee)**
6. Pembimbing : Drs. Farid Rusman, M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
05/10/2024	ACC Judul Penelitian	
13/10/2024	Bimbingan BAB I-III	
20/11/2024	Bimbingan BAB I-III	
22/12/2024	Bimbingan BAB I-III	
03/01/2025	ACC Seminar Proposal	
06/01/2025	Seminar Proposal	
10/06/2025	Revisi BAB I-III	
20/06/2025	Revisi BAB I-III	
05/08/2025	ACC Penelitian	
13/10/2025	Bimbingan BAB IV-VI	
19/10/2025	Bimbingan BAB IV-VI	
30/11/2025	Bimbingan BAB IV-VI	
15/12/2025	Pengajuan Seminar Hasil	
24/12/2025	Seminar Hasil Online	
05/01/2026	Revisi dari Dosen Penguji	

Malang, 6 Januari 2026

Dosen Pembimbing

Drs. Farid Rusman, M.Si.

8.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur

Kampus III
Jl. Raya Dugomas No 248 Malang, Jawa Timur

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

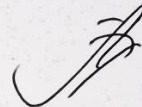
Telah dilakukan Seminar Hasil penelitian pada Jum'at, 20 Juni 2025 pukul 19.00 WIB
oleh:

Nama Peneliti	Rapri Candra Pangestu
NIM	202110040311422
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Pesan Perawatan Wajah Dalam Tiktok (Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun TikTok @drrichardlee)
Dosen Pembimbing	Drs. Farid Rusman, M.Si.
Dosen Penguji	Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si

Malang, 6 Januari 2026

Dosen Penguji 1

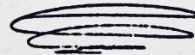
Dosen Pembimbing



Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si


Drs. Farid Rusman, M.Si.


Kaprodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo. S. Sos, M.si

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

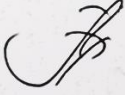


DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

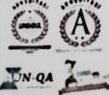
NO.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Muhammad Miqdad	202110040311417	Ilmu Komunikasi
2.	Luth Nigel willary Akmal	202110040311386	Ilmu Komunikasi
3.	Ilham Body Triananda	202110040311402	Ilmu Komunikasi
4.	Cholid Emir Hamka	202110040311439	Ilmu Komunikasi
5.	Fatimah Az-Zahra	202110040311434	Ilmu Komunikasi
6.	Raja Afura Kusuma	202110040311410	Ilmu Komunikasi
7.	Muhammad Aldebaran Prabhaswara	202110040311437	Ilmu Komunikasi
8.	Muhammad Raihan Risky Nurhadi	202110040311425	Ilmu Komunikasi
9.	Thoriq Kamal	202110040311245	Ilmu Komunikasi
10.	Rangga Buana Saputra	202310210311075	agribisnis
11.	Fikri	202110040311537	Ilmu Komunikasi

Malang, 6 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Drs. Farid Rusman, M.Si.


STARS

Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK


ABSTRAK

Rapri Candra Pangestu. 202110040311422. PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP PESAN PERAWATAN WAJAH DALAM TIKTOK (Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Pada Akun TikTok @drrichardlee). Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Osisal Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah menjadikannya sebagai salah satu sumber utama penyebaran informasi, termasuk edukasi perawatan wajah. Akun TikTok @drrichardlee yang dikelola oleh Dr. Richard Lee sebagai dokter kulit berlisensi menjadi salah satu rujukan masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam memperoleh informasi perawatan kulit berbasis medis. Namun, pesan edukatif yang disampaikan melalui media sosial tidak selalu dimaknai secara seragam oleh audiens. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memaknai pesan perawatan wajah yang disampaikan melalui akun TikTok @drrichardlee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi berdasarkan teori encoding-decoding Stuart Hall. Subjek penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang merupakan pengguna aktif TikTok dan mengikuti atau menonton konten Dr. Richard Lee. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan didukung dengan kuesioner sebagai pra-survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan mahasiswa terhadap pesan perawatan wajah terbagi ke dalam tiga posisi resepsi, yaitu posisi hegemonik dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Mahasiswa yang berada pada posisi dominan cenderung menerima pesan sesuai dengan maksud komunikator karena faktor kredibilitas Dr. Richard Lee sebagai dokter. Pada posisi negosiasi, mahasiswa menerima pesan secara umum namun menyesuaikannya dengan pengalaman dan kondisi pribadi. Sementara itu, pada posisi oposisi, mahasiswa menunjukkan sikap kritis dan tidak sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kredibilitas sumber tidak secara otomatis menjamin kesamaan pemaknaan pesan, karena latar belakang, pengalaman, dan preferensi audiens sangat memengaruhi proses penerimaan pesan.

Kata kunci: TikTok, analisis resepsi, perawatan wajah, mahasiswa, Dr. Richard Lee

Mengetahui,

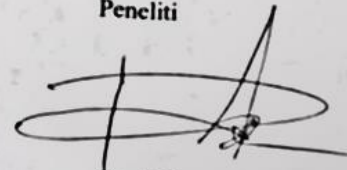
Dosen pembimbing



Drs. Farid Rusman, M.Si.

Malang, 9 januari 2026

Peneliti



Rapri Candra Pangestu

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Pesan Perawatan Wajah Dalam Tiktok (Studi Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Umm Pada Akun Tiktok @Drrichardlee)”

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Berbagai tantangan, hambatan, dan kesulitan yang penulis hadapi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat dilalui berkat perhatian, semangat, serta dukungan yang diberikan oleh banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, kerendahan hati, dan rasa syukur, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan kekuatan dalam setiap langkah perjuangan saya.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Abdul Rajab dan Ibu Prima Puspa , yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
3. Adik penulis, Faiq Ramadhan, yang selalu memberikan semangat, hiburan, dan dukungan kepada penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Drs. Farid Rusman, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si dan bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
6. Marshaniswah Vanra Nasikah selaku seseorang yang selalu menemani, memberikan perhatian, motivasi, dan dukungan emosional kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lebih semangat dan percaya diri.

7. Teman-teman kost penulis, yang selalu memberikan bantuan, kebersamaan, dukungan, serta menciptakan suasana yang menyenangkan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh teman, sahabat, dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.



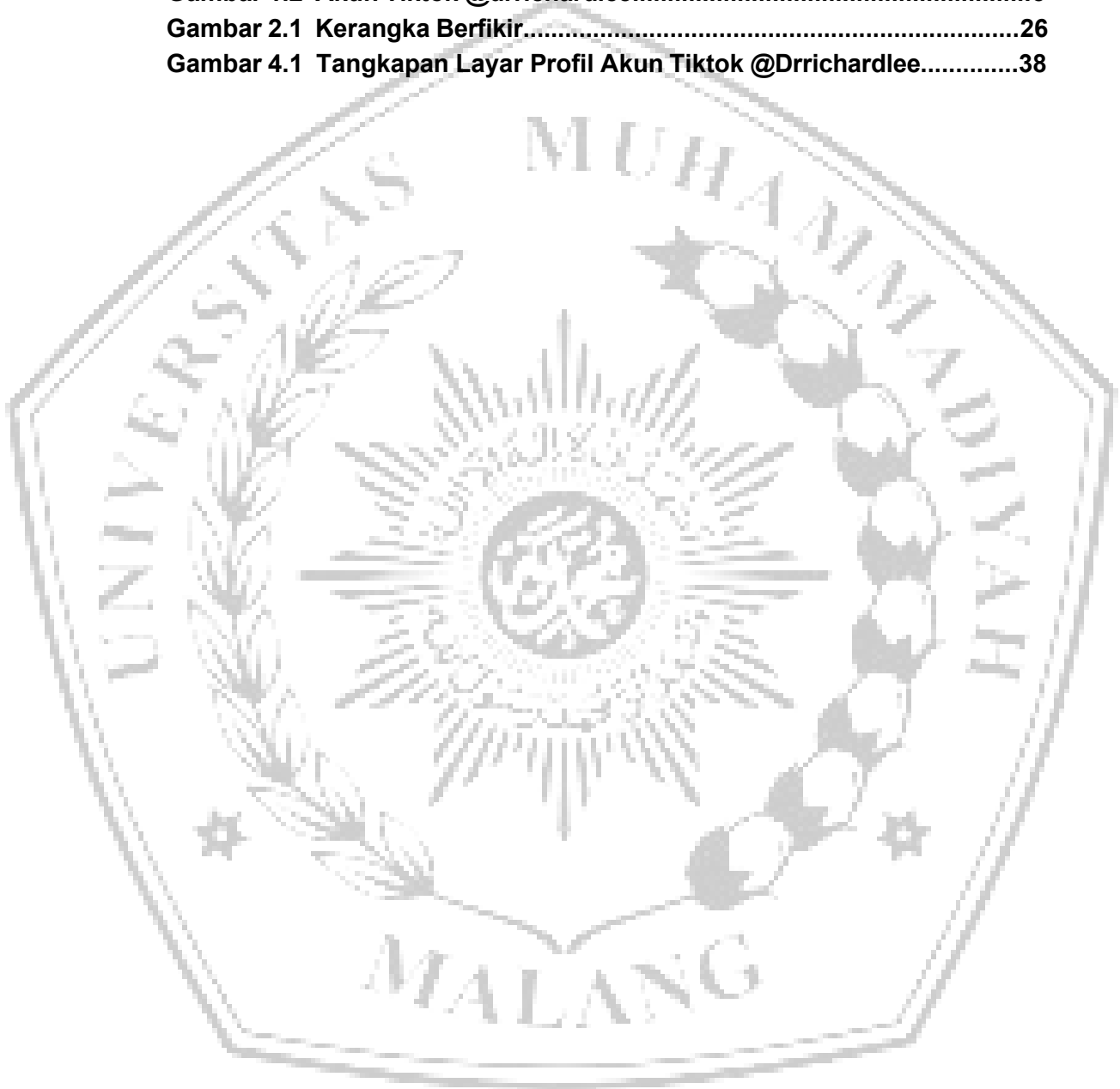
DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Masalah.....	2
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Akademis	9
1.5 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
KAJIAN LITERATUR	10
2.1 Tiktok sebagai media komunikasi sosial	10
2.1.1 pengertian komunikasi.....	11
2.1.2 komunikasi sosial.....	13
2.1.3 macam macam media komunikasi sosial.....	14
2.2. macam macam sifat pesan komunikasi dalam tiktok.....	18
2.3 proses komunikasi dalam media tiktok	19
2.4 audien dalam komunikasi bermedia tiktok	21
2.5. macam macam anggapan audiens.....	22
2.6. Penelitian Terdahulu	23
2.7 Kerangka Berfikir.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Tipe penelitian.....	28

3.3 Ruang Lingkup Objek Penelitian	28
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.6 Sumber Data	31
3.7 Teknik pengumpulan data	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.9 Keabsahan Data	34
BAB IV	36
GAMBARAN UMUM SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	36
4.1 Gambaran Umum.....	36
4.1.1 Profil Dr. Richard	36
4.1.2 Gambaran Akun TikTok Dr.Richard	38
4.1.3 Gambaran umum subjek penelitian.....	39
BAB V	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Analisis data.....	40
5.1.1 Profil Subjek Penelitian	40
5.1.2 Hasil Penelitian.....	43
5.1.3 Resepsi audiens terhadap Dr.Richard Lee yang merupakan influencer kecantikan.....	44
5.1.4 Resepsi Audiens terhadap Media Sosial Tiktok sebagai Media Konten Edukasi perawatan wajah Dr.Richard lee.....	49
5.1.5 Resepsi Audiens Terhadap Konten Edukasi Perawatan Wajah Dr. Richardlee Dalam Media Sosial Tiktok	68
5.2 Pembahasan	73
1. Posisi Hegemoni dominan.....	80
2. Posisi Negosiasi.....	80
3. Posisi Oposisi	82
BAB VI	83
PENUTUP	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	83
6.2.1 Saran Akademis.....	84
6.2.2. Saran Praktis	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Tiktok @drrichardlee.....	4
Gambar 1.2 Akun Tiktok @drrichardlee.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Profil Akun Tiktok @Drrichardlee.....	38



DAFTAR PUSTAKA

- Asiva Noor Rachmayani. (2023). *Zab Index Beauty 2023*. 6.
- Asyari, H. (2024). Strategi Penggunaan Content Marketing Pada Pengguna TikTok dan Instagram Berdasarkan Audience Behaviour di Perusahaan X. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 12(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v12i1.1215>
- Mustaqimah, N., & Rahmah, A. H. (2022). Peran Digital Influencer dalam Memberikan Edukasi Pemilihan Produk Kecantikan pada Akun Instagram @dr.richard_lee. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 1–13. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.10>
- Adi, Tri Nugroho. "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi." *Acta diurna* 8.1 (2012): 27.
- Agaveni, H. H. A. B. H. C. Y. N. Della, Sondang, B. D. R. M. P. D. M. T., & Hutagalung, L. B. (2025). *Optimalisasi Transformasi Komunikasi Bisnis Interaktif di Era Digital Melalui Tiktok: Tantangan dan Strategi Membangun Engagement Konsumen Untuk Pertumbuhan Berkelanjutan*. 1(2), 54–64.
- Amin, M., Nasution, A. P., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., & Ritonga, W. A. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online Dengan Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 122–137. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2443>
- Anjely, S., Aziz, A. R., & Lestari, W. (2023). Gambaran Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Lansia. *Jurnal Keperawatan Tropis Papua*, 6(2), 56–61. <https://doi.org/10.47539/jktp.v6i2.353>
- Anneke Dwi Saputri, & Estika P Sani. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 7–28. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.146>
- Annur, S., Witahanriani, W., & Ibrahim, I. (2024). Perencanaan Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Pendidikan Di MTS SA Assanadiyah Palembang. *Journal of Law, Administration, and Social*

Science, 4(4), 632–642. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i4.855>

Bahfiarti, T., Theriady, A. A. Z., Akmalia, D., & Sabir, T. A. (2021). Penggunaan Media Sosial pada Calabai di Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 197–213.

<https://doi.org/10.24815/jkg.v10i2.22343>

Cita, I. M. G. D., Sudiksa, I. N., Kalpikawati, I. A., & Pinaria, N. W. C. (2023). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek Hotel X Bali.

Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), 5(2), 133–144.

<https://doi.org/10.22225/wmbj.5.2.2023.133-144>

Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021). The Influence of Advertising in Tiktok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh),

888–892. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.140>

888–892. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.140>

DWIFEBRIANA. (2019). KOMUNIKASI YANG EFEKTIF. *Educacao e Sociedade*, 1(1), 1689–1699.

http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/

Dwiyanto, M., Yuni Dharta, F., Kusumaningrum, R., & Ronggowaluyo Kel Puseurjaya Kec Telukjambe Timur Kab Karawang, J. H. (2025). Pengaruh Komunikasi Persuasif Live Shopping Tiktok Shop Erigostore Terhadap Keputusan Pembelian Fashion The Influence of Tiktok Shop’s Live Shopping Persuasive Communication on Fashion Purchasing Decisions. *Jurnal Network Media*, 8(2), 2569–6446.

Fadhila, S. A., Sukmayadi, V., & Affandi, A. F. M. (2023). Pengelolaan Kesan Daring Dalam Meraup “Cuan”: Studi Fenomenologi Pada Influencer Tiktok Di Indonesia. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 505–517. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.5889>

Febriyanti, Y., Suryasueiramadhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Amalia, D. U. (2024). Penggunaan Media Sosial TikTok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 341–350.

<https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6133>

Hermita Putri, & Riski Taufik Hidayah. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH

(eWOM) DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA SKINCARE AVOSKIN BEAUTY MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1564–1576.

<https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.50227>

Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java' Students. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 203–212.

<http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>

Irawan, R., Isoni, I., Adhi, S. B., & Suharyadi, D. (2024). REVOLUSI TIKTOK: MENDEFINISIKAN ULANG PEMASARAN MEDIA SOSIAL. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 6164–6172.

Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence and Planning*, 37(5), 567–579. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2018-0375>

Juliansyah, A. A., & Samad, M. Y. (2025). *Peluang dan Tantangan Penggunaan Tiktok sebagai Sarana Komunikasi Politik bagi Masyarakat Baduy Luar di Provinsi Banten*. XI(1), 71–88.

Khodijah, L., Latifah, R., & Adharani, Y. (2022). Identifikasi Jenis Kulit Wajah Menggunakan K-Nearest Neighbor. *Sintaks*.

Kurnia, R., Prasetyo, B. A., & Uma, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Komunikasi Pemasaran Brand Alfateema Dalam Perspektif Uu Ite. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 11(02), 1–13. <https://doi.org/10.33884/jck.v11i02.8169>

Kusnadi, S. K., Irmayanti, N., Ayumeida Kusnadi, S., Anggoro, H., & Berlian Agustina, K. S. (2021). Pelatihan Public Speaking Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Rasa Percaya Diri Pada Remaja Komunitas Kappas Surabaya Surabaya. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1093–1098. <https://doi.org/10.37695/pkmscr.v4i0.1303>

Mariawan, U., Hadiyaturrido, & Rahayu, F. (2023). Implementasi Kurikulum Merdeka pada Sekolah Penggerak di SDN 1 Dangiang pada Tahun Ajaran 2022/2023. *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 1(9), 602–608. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i9.81>

Masduki, A., Niu, P., & Yana, M. E. (2021). Indonesian government crisis communication facing

- coronavirus pandemic. *International Journal of Communication and Society*, 4(1), 48–58.
<https://doi.org/10.31763/ijcs.v4i1.207>
- Maulana, I. (2023). Peran Tiktok TraxFM Semarang Untuk Meningkatkan Interaktivitas Audiences dan Brand Awareness. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
<https://doi.org/10.31602/jm.v6i1.10100>
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Moha, D. S. & M. I. (2015). Ragam Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Moudy, C. D., & Winduwati, S. (2023). Strategi Personal Branding Kreator Konten TikTok dalam Mengembangkan Citra Diri Positif. *Kiwari*, 2(2), 215–221.
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24001>
- Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, M. I. I. (2021). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi: P-ISSN: 2723 - 6609 e-ISSN:2745-5254*, 2(1), 167–186.
- Muzzammil, F. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis Waralaba Mixue: Studi pada Gerai Mixue Purwakarta. *KONTEKSTUAL : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 115.
<https://doi.org/10.36448/jik.v2i2.3466>
- Nabila Vitaloka Zahroh, A. S. (2025). Pengaruh penggunaan dan pemanfaatan media sosial tiktok terhadap pola komunikasi interpersonal pada mahasiswa komunikasi sekolah vokasi ipb. 5(3), 88–92.
- Najih, A. (2020). Komunikasi Selama Pandemi Covid-19: Belajar Dari Kegagalan Komunikasi Risiko Kesehatan Yang Efektif. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 111–122.
<https://doi.org/10.33366/jisip.v9i2.2225>
- Natalia, D., & Winduwati, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Edukasi Bahasa Isyarat Indonesia. *Koneksi*, 7(1), 42–48. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.16034>
- Nauvalia, N., & Setiawan, I. (2022). Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(1), 126–138.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>

- Ni Nyoman Ayu Wilantari, M. (2018). Komunikasi Massa dalam Manajemen Pariwisata Ni Nyoman Ayu Wilantari. *Jurnal Dharma Duta*, 16.
- Nur Cahya, M., Ningsih, W., & Lestari, A. (2023). Dampak Media Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja: Tinjauan Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada Kecemasan dan Depresi Remaja. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(8), 704–706.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i8.917>
- Nurdyana Hadimin, D., Sudrajat, T., Cahyati, W., Aziz, F., Indriati Zaelani, P., Dadi Priadi, M., Yuniarsih, Y., Irawaty, S., & Saeful, R. (2020). Komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat menuju desa unggul dan mandiri. *Universitas Sangga Buana*, 13(2), 17.
- Nurma Annisa Azzahra, Hardika, D. K. (2021). Pola Komunikasi Guru dalam Pembelajaran Anak Usia Dini. *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas*, 7(1), 27.
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560>
- Oktaviani, B. R., & Estaswara, B. H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(1), 10–24.
<https://doi.org/10.35814/publish.v1i1.3492>
- Pondaag, M., Rawis, J. A. ., & Wullur, M. M. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Supervisi Pembelajaran Di SDN Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Inovasi Dan Manajemen Pendidikan*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.12928/jimp.v1i2.5130>
- Purwati, A. E. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Body Image Remaja Putri. *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 14(3), 553–568. <https://doi.org/10.22487/preventif.v14i3.998>
- Putra Tri Rezeki, A., Ihsan, A., Putri Pratiwi, L., Handriyani, R., Rinaldo, A., & Syamsir, S. (2023). Peranan Interaksi Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Budaya Antar Mahasiswa Di Lingkungan Kampus Universitas Negeri Padang. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 2020–2024. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.432>
- Putri, Y. E., Elita, F. M., & Gemiharto, I. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram @Bps_Statistics Terhadap Ekuitas Merek Badan Pusat Statistik. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu*

- Komunikasi*, 6(1), 17–31. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4383>
- Rachmawati, S., Amalia, A., & Rachmawati, E. (2022). Regulatory compliance of skincare product advertisements on Instagram. *Pharmacy Education*, 22(2), 230–235.
<https://doi.org/10.46542/pe.2022.222.230235>
- Rahayu, V. S. P., Sumiyem, S. M. K., & Primantana, Y. B. A. (2022). Dampak Edukasi Kesehatan Secara Online Dalam Meningkatkan Pengetahuan tentang Bahaya Merokok di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Farmasi Dan Kesehatan Indonesia*, 2(2), 37–46.
<https://doi.org/10.61179/jfki.v2i2.352>
- Rahmawan, G., & Setyorini, D. (2021). Pengaruh Produk, Influencer dan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Herborist. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(1), 78.
<https://doi.org/10.22441/jdm.v4i1.12110>
- Rose, J., & Rodhiah, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan, Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Halal Brand. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 241–249. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22672>
- Saiful, N. (2024). Pendayagunaan TikTok Sebagai Media Layanan Informasi dan Komunikasi Perpustakaan. *IQRA` Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi (e-Journal)*, 18(1), 22.
<https://doi.org/10.30829/iqra.v18i1.15662>
- Savira, R., & Zuhri, S. (2022). Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok@ drrichardlee. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 108.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4461>
- Setiawati, T., & Krisnawati, M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education*, 12(1), 11–20. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v12i1.63108>
- Shanti Karmanita, P., & Ketut Warmika, I. G. (2024). Peran Brand Awareness dalam Memediasi Review Beauty influencer terhadap Keputusan Pembelian. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(10), 3976–3986.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v3i10.1194>
- Sitinjak, D. Y. (2021). *BENTUK PENYAJIAN LAGU “ARBAB” KARYA BONAR GULTOM OLEH PADUAN SUARA NHKBP SIDORAME MEDAN*. 2(1), 6.
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong

- Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312–324. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Suparsabawa, I. N. R., & Sanica, I. G. (2020). Implementasi Corporate Sosial Responsibility Perspektif Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro Traditional. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 234–244. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3662>
- Tahir, A. (2021). Converts of Village and Self-identity Construction of The Converted Community in Lembang Subdistrict Pinrang Regency. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 14(1), 19–41. <https://doi.org/10.35905/kur.v14i1.1945>
- Topan Hermanto, Dra. Sari Endah Nursyamsi, & Dian Sukmawati. (2023). Pemaknaan Sarkasme pada Stand Up Comedy Ridwan Remin “Introduction JKT 2019.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1605>
- Ulya, H. F., & Anggraini, C. N. (2024). Analisis Kemampuan Literasi Media Pada Mahasiswa Konsumtif Fenomena Konten “Racun TikTok” (Penelitian Fenomenologi pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(3), 540–548. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2030>
- Wahyudin, A. (2023). Communicating the Message Analysis on Tiktok @Huseinjabar to Maintain Interfaith Tolerance. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 9(2), 107. <https://doi.org/10.25124/liski.v9i2.6457>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Zahra, N., & Amaliyah, N. (2023). Analisis Faktor Rendahnya Literasi Siswa Di Kelas 4 Sdn Sususkan 03 Pagi. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 898. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.19454>
- Zulfah, Z., Astuti, A., Hermira, E., Elviana, M., Ernalira, P., & Malinda, Y. (2023). Eksplorasi Etnomatematika Busana Ninik Mamak di Kabupaten Kampar. *Journal of Education Research*, 4(1), 142–160. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.136>
- Ati Sandi Rohayati (2023). Penggunaan bahasa indonesia di media sosial. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(1), 29-33. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i1.130>