

**PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL OLEH ANGGOTA  
KOMUNITAS MALANG INFLUENCER (@NGALAM\_INFLUENCER)  
DALAM PENYAMPAIAN KONTEN ENDORSEMENT**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Oleh:**

Atika Nurin Faridah

202110040311241

**Dosen Pembimbing :**

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M. Si.

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

**2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN

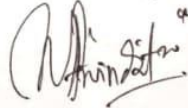
**PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL OLEH ANGGOTA  
KOMUNITAS MALANG INFLUENCER (@NGALAM\_INFLUENCER)  
DALAM PENYAMPAIAN KONTEN ENDORSEMENT**

Diajukan Oleh :

**ATIKA NURIN FARIDAH**  
202110040311241

Telah disetujui  
*Rabu / 27 Agustus 2025*

Pembimbing I



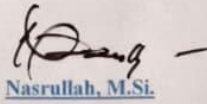
**Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.**

Wakil Dekan I



**Naja Nur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si.**

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Atika Nurin Faridah**  
**202110040311241**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

L U L U S

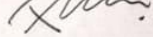
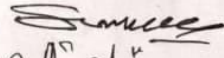
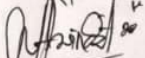
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi

Rabu, 27 Agustus 2025

Di hadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si. (  )
2. Sugeng Winarno, S.Sos., M.A. (  )
3. Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si. (  )


Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Najamuddin Kasim, S.I.P., M.Hub.Int.

# PERSETUJUAN SKRIPSI

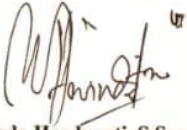
  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Lembar Persetujuan Skripsi**

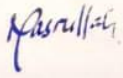



Nama : Atika Nurin Faridah  
NIM : 202110040311241  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Komunitas Malang Influencer (@ngalam\_influencer) dalam Penyampaian Konten Endorsement

Disetujui,  
Pembimbing

  
**Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M. Si.**

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
**Nasrullah, S.Sos, M.Si.**




Kampus I  
Jl. Sandang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 591 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bungkulan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 218 (Hunting)  
F: +62 341 450 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA

  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**SURAT PERNYATAAN**

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Atika Nurin Faridah  
NIM : 202110040311241  
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 :

PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL OLEH KOMUNITAS MALANG INFLUENCER (@NGALAM\_INFLUENCER) DALAM PENYAMPAIAN KONTEN ENDORSEMENT

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.

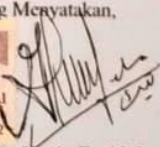
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.


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, 5 Agustus 2025

Yang Menyatakan,

  
Atika Nurin Faridah







# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Atika Nurin Faridah  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311241  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Komunitas Malang Influencer (@ngalam\_influencer) dalam Penyampaian Konten Endorsement

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 1 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M. Si.




Kampus I  
Jl. Sebelas Maret 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 232 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tapparan No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 404 318 (Hunting)  
F: +62 341 450 435  
E: [webmaster@umm.ac.id](mailto:webmaster@umm.ac.id)

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


NAMA : Atika Nurin Faridah  
NIM : 202110040311241  
Program Studi : Ilmu Komunikasi


Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 5 Agustus 2025

a.n Dekan  
Ketua Program Studi

  
Nasrullah M.Si



Kampus I  
J. Banteng 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
J. Bendungan Sulaim No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
J. Raya Tegalmas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. wisbrubeng@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:\*)

PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL OLEH KOMUNITAS MALANG INFLUENCER  
(@NGALAM\_INFLUENCER) DALAM PENYAMPAIAN KONTEN ENDORSEMENT

Oleh:

Nama : Atika Nurin Faridah

NIM : 202110040311241

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M. Si.

NIP. 10318030656



(\*) Coret yang tidak perlu




Kampus I  
Jl. Ronggolampi 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 480 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No. 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomom No. 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 315 (Hunting)  
F. +62 341 483 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

---


Nama : Atika Nurin Faridah  
NIM : 202110090311241

Hasil Plagiasi :  $\frac{7}{8}$

BAB I	13			
BAB II	14			
BAB III	17			

BAB IV	0			
BAB V	6			
BAB VI				

Malang, 7 Agustus 2025  
Admin Plagiasi Prodi,

 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR

Pada hari Selasa, 21 Januari 2025

Pukul 18.30 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi oleh:

Nama : Atika Nurin Faridah

NIM : 202110040311241

Judul Skripsi : Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Komunitas Malang Influencer (@ngalam\_influencer) dalam Penyampaian Konten Endorsement

Seminar Proposal dilakukan secara daring (*online*) melalui platform *Zoom Meeting*

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Dan sejumlah 17 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian Seminar Proposal dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 25 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.



Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 466 435

Kampus II  
Jl. Bondongan Suteri No. 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 587 660

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No. 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 494 318 (Hunting)  
F: +62 341 485 435  
E: webmaster@umm.ac.id

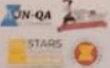


UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

No	Nama	NIM	Institut
1	Nica S. P. Widiani	202110040311480	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Safira Annisa Azzahra	202110040311478	Universitas Muhammadiyah Malang
3	Salsabila Khairunnisa	202110040311099	Universitas Muhammadiyah Malang
4	Murhayati	202110040311387	Universitas Muhammadiyah Malang
5	Arit Imaniah	202110040311063	Universitas muhammadiyah malang
6	Zulfa Mufidah Az Zahra	202110040311298	Universitas Muhammadiyah Malang
7	Zahwa Zalia	202110040311494	Universitas Muhammadiyah Malang
8	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Universitas Muhammadiyah Malang
9	Devina Variessa Herawati	202110040311252	Universitas Muhammadiyah Malang
10	Annisa Dwi E	202110040311206	Universitas Muhammadiyah Malang
11	Febriah Amala Qotrun Nada	202310230311162	Universitas Muhammadiyah Malang
12	Mohamad Rivai Gobel	202110040311093	Universitas Muhammadiyah Malang
13	Bellaa Ninsiy Aqnaa Nafasa	202110040311088	Universitas Muhammadiyah Malang
14	Faizah Nurjannatu A	202110040311486	Universitas Muhammadiyah Malang
15	Diva Alvita	202110040311160	Universitas Muhammadiyah Malang
16	Dita Khusna Marzuqoh	202110040311123	Universitas Muhammadiyah Malang
17	Ulifatun Nikmah	202110040311487	Universitas Muhammadiyah Malang



Kampus I  
Jl. Sawitri 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 253 (Hunting)  
F: +62 341 450 435

Kampus II  
Jl. Bungkulan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tugu No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 404 319 (Hunting)  
F: +62 341 404 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR

Pada hari Jum'at, 11 Juli 2025

Pukul 18.30 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama : Atika Nurin Faridah

NIM : 202110040311241

Judul Skripsi : Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Komunitas Malang Influencer (@ngalam\_influencer) dalam Penyampaian Konten Endorsement

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui platform *Zoom Meeting*

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

1. Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.
2. Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.

Dan sejumlah 12 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 25 Juli 2025

Dosen Penguji

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,

Kaprosdi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 466 435

Kampus II  
Jl. Bondongan Sutejo No. 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 660

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 346 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 218 (Hunting)  
F: +62 341 466 435  
E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

No.	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1	Nica S. P. Widiani	202110040311480	Ilmu Komunikasi
2	Della Karunia Septiana	202110040311490	Ilmu Komunikasi
3	Muhammad Yusuf Ragil Syah An Naas	202110040311224	Ilmu Komunikasi
4	Ulfatun Nikmah	202110040311487	Ilmu Komunikasi
5	Safira Annisa Azzahra	202110040311478	Ilmu Komunikasi
6	Devina Variessa Herawati	202110040311252	Ilmu Komunikasi
7	Sabrina Azzahra	202110040311499	Ilmu Komunikasi
8	Puput Alia Rohali	202110040311323	Ilmu komunikasi
9	Dwi Kurniawan Putra	202010040311010	Ilmu komunikasi
10	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Ilmu Komunikasi
11	Zahwa Zalia Putri Nadia	202110040311494	Ilmu komunikasi
12	Difka Adela Kurniawari	202110040311357	Ilmu komunikasi



Kampus I  
Jl. Randuno 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 400 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutanri No. 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Atika Nurin Faridah  
 NIM : 202110040311241  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Judul Skripsi : Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Komunitas Malang Influencer (@ngalam\_influencer) dalam Penyampaian Konten Endorsement

No	Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
1	28/09/2024	- Latar belakang masalah ditambahkan terkait Etika Komunikasi - Tambahkan literature review (min. 5) - Lanjutkan ke bab 2	
2	12/10/2024	- Perbaiki urutan penjelasan di latar belakang - Bab 2 dilengkapi dengan benar	
3	25/11/2024	- Pendetailan com. Etiquette (cantumkan sumber) - Kajian tentang Komunikasi Massa dihapus - Tambahkan kajian terkait Komunikasi Pemasaran	
4	11/12/2024	- Teori diganti dengan konsep - Dasar penelitian diganti menjadi kualitatif-deskriptif	
5	21/01/2025 (SEMPRO)	- Jelaskan lebih banyak alasan pemilihan komunitas - Jika ada indikasi penyimpangan, juga ditambahkan - Teknik penentuan Snowball diganti menjadi Purposive Sampling	
6	18/02/2025	- Kriteria informan diperbaiki, fokus ke content creatornya - Draft pertanyaannya dibreaksown sesuai poin prinsip etika komunikasi di bab 2 - Teori komodifikasi dibaca lagi, kalau cocok dipakai, kalau tidak cocok tidak apa-apa	
7	25/02/2025	- Draft pertanyaan ACC, lanjut penelitian	
8	20/03/2025	- Gunakan triangulasi sumber saja	
9	03/06/2025	- Profil informan ditambahkan, dan buat tabelnya - Judul sub-bab temuan diperbaiki dan bikin matriks temuan - Format penulisan bagian hasil diperbaiki dan tambahkan interpretasi	
10	11/07/2025	- Pelaksanaan Seminar Hasil	

Malang, 1 Agustus 2025

Pembimbing

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M. Si.



Kampus I  
Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 253 (Hunting)  
F: +62 341 486 435

Kampus II  
Jl. Bunderungan Selatan No. 198 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tajem No. 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 480 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# ABSTRAK



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## ABSTRAK SKRIPSI

### Abstrak:

Atika Nurin Faridah, 202110040311241, PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI DIGITAL OLEH KOMUNITAS MALANG INFLUENCER (@NGALAM\_INFLUENCER) DALAM PENYAMPAIAN KONTEN ENDORSEMENT. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Maraknya konten endorsement di media sosial menandai terjadinya komodifikasi komunikasi di mana informasi, konten dan interaksi sosial di media mulai diperdagangkan atau diperjualbelikan. Dalam konteks ini, etika komunikasi digital menjadi krusial untuk menjaga integritas pesan serta membangun kepercayaan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan etika komunikasi digital oleh Komunitas Malang Influencer dalam penyampaian konten endorsement. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan fokus analisis pada lima aspek utama etika komunikasi digital, yaitu akurasi, kejelasan, objektivitas, keadilan dan tanggung jawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek akurasi diterapkan melalui riset mandiri, uji coba produk, serta penyampaian informasi yang telah terbukti. Aspek kejelasan terlihat dari pemilihan bahasa yang sesuai target audiens, penggunaan *voiceover*, serta format konten yang berbentuk *review* atau rekomendasi. Aspek objektivitas melalui pengemasan konten yang sesuai niche akun, penggunaan frasa tertentu, penggunaan sistem rating, serta sikap profesional atas hubungan kerja sama dengan brand. Aspek keadilan diwujudkan melalui diskusi awal dengan brand, keterbukaan atas kritik dan saran serta tidak menampilkan nama brand lain dalam konten *battle*. Terakhir, aspek tanggung jawab diterapkan oleh influencer melalui keikutsertaan dalam pelatihan atau *gathering* serta evaluasi berkala dengan segala fitur yang ada di media sosial.

Kata kunci: etika komunikasi digital, komodifikasi komunikasi, influencer, konten endorsement

Malang, 25 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si.

Penulis

Atika Nurin Faridah



Kampus I  
Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Suci No. 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 218 (Hunting)  
F: +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Komunikasi Digital oleh Anggota Komunitas Malang Influencer dalam Penyampaian Konten Endorsement” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Nasrullah, S. Sos, M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Ibu Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat membangun, serta kehadiran yang cukup maksimal selama penyusunan skripsi ini.

5. Dosen-dosen lain selama masa perkuliahan, yang telah berbagi ilmu, sudut pandang serta pengalaman yang akhirnya turut membentuk peneliti menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Pihak Komunitas Malang Influencer, baik *founder*, CEO, admin serta anggota tergabung, atas bantuan yang ramah dan kemudahan akses saat proses penelitian.
7. Orang Tua tercinta, yang telah memberikan doa, dukungan baik moral maupun finansial, serta selalu percaya bahwa peneliti sudah melakukan yang terbaik.
8. Saudara-saudari tersayang, yang selalu membantu, mendukung serta merayakan segala proses yang peneliti lalui.
9. Teman-teman, yang selalu memberikan bantuan, semangat, dukungan berempati dan mau menemani peneliti ketika bosan, jenuh ataupun mental *breakdown*.
10. Teruntuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, dan telah berkontribusi baik dalam masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca serta untuk pengembangan ilmu komunikasi kedepannya.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA .....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL.....	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....	xii
BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
KATA PENGANTAR .....	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.    LATAR BELAKANG.....	1
1.2.    RUMUSAN MASALAH.....	10
1.3.    TUJUAN PENELITIAN.....	10
1.4.    MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.4.1.    Secara Akademis.....	10
1.4.2.    Secara Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1.    BIDANG KAJIAN ILMU.....	12
2.1.1.    Komunikasi Digital.....	12
2.1.2.    Etika Komunikasi .....	14
2.1.3.    Komunikasi Pemasaran .....	16
2.1.4.    Pemasaran Influencer/Influencer Marketing .....	20
2.1.5.    Strategi Endorsement.....	20
2.2.    TEORI/KONSEP.....	21
2.2.1.    Etika Komunikasi Digital .....	21
2.3.    PENELITIAN TERDAHULU .....	24

BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1. PARADIGMA PENELITIAN.....	28
3.2. PENDEKATAN PENELITIAN.....	28
3.3. TIPE PENELITIAN .....	29
3.4. DASAR PENELITIAN .....	29
3.5. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN .....	30
3.6. PENENTUAN INFORMAN.....	30
3.7. METODE PENGUMPULAN DATA .....	31
3.8. TEKNIK ANALISIS DATA.....	33
3.9. UJI KEABSAHAN DATA .....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN.....	36
4.1.1. Komunitas Malang Influencer .....	36
4.1.2. Profil Informan .....	37
4.2. HASIL PENELITIAN.....	40
4.2.1. Penerapan Aspek Akurasi dalam Konten Endorsement .....	41
4.2.2. Penerapan Aspek Kejelasan dalam Konten Endorsement .....	48
4.2.3. Penerapan Aspek Objektivitas dalam Konten Endorsement .....	55
4.2.4. Penerapan Aspek Keadilan dalam Konten Endorsement .....	61
4.2.5. Penerapan Aspek Responsibilitas dalam Konten Endorsement .....	65
4.3. PEMBAHASAN .....	71
4.3.1. Penerapan Aspek Akurasi dalam Konten Endorsement .....	71
4.3.2. Penerapan Aspek Kejelasan dalam Konten Endorsement .....	74
4.3.3. Penerapan Aspek Objektifitas dalam Konten Endorsement.....	75
4.3.4. Penerapan Aspek Keadilan dalam Konten Endorsement .....	77
4.3.5. Penerapan Aspek Responsibilitas dalam Konten Endorsement .....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. KESIMPULAN .....	80
5.2. SARAN .....	81
5.2.1. Saran Akademis .....	81
5.2.2. Saran Praktis .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN.....	88
DRAFT WAWANCARA .....	88
TRANSKIP WAWANCARA .....	93
DOKUMENTASI.....	124

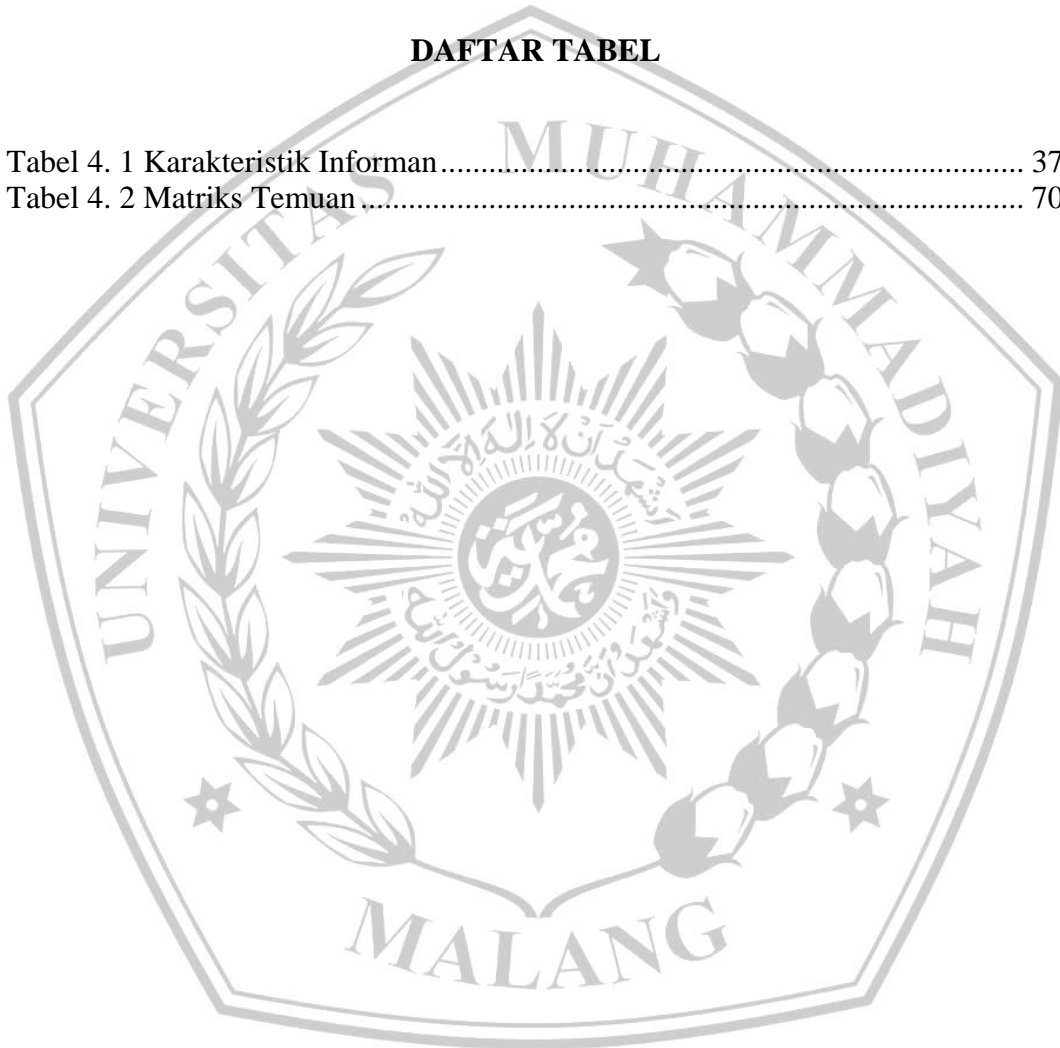


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Postingan di akun instagram brand .....	44
Gambar 4. 2 Postingan di akun instagram influencer .....	44
Gambar 4. 3 Caption terkait proses testimoni .....	47
Gambar 4. 4 Instagram story terkait proses testimoni.....	47
Gambar 4. 5 Visual dan narasi yang memuat banyak informasi.....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Informan.....	37
Tabel 4. 2 Matriks Temuan .....	70



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media Dan Dinamika Komunikasi Dalam Era Digital : Tantangan Dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181.  
<https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.554>
- Anam, K. (2023). *Paling Rendah di ASEAN, Tingkat Literasi Digital RI Cuma 62%*. CNBC Indonesia.  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230214171553-37-413790/paling-rendah-di-asean-tingkat-literasi-digital-ri-cuma-62>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.  
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Bajuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). Komunikasi digital. In *Lakeisha* (Issue July). Lakeisha.  
[http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail\\_koleksi/0/BDS/judul/000000000000000084311/](http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/000000000000000084311/)
- Azharia, Novitasari, A. W., Priyanda, A. B., & Handoko, D. (2024). *Etika Periklanan pada Media Sosial Instagram di Era Influencer*. 1(1), 435–443.  
<http://repository.ubaya.ac.id/id/eprint/40944>
- Butsi, F. I. (2011). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis

- dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Lexikon Der Geisteswissenschaften*, 2(1), 421–427. <https://doi.org/10.7767/boehlau.9783205790099.421>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *CV. Penerbit Qiara Media* (Issue June).
- Ginting, R., Yuslistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., Ardiansyah P.S, T. E., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (n.d.). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*.
- Giovano, E., Arief, M., & Hamim. (2024). *Eksplorasi Erotisme Konten Penjualan Di Media Sosial TikTok @meimei\_swam*. 2(01). <https://conference.untag-sby.av.id/index.php/semakom>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350>
- Indriani, R., & Zinaida, R. S. (2025). *Penggunaan Teknik Voice Over dalam Penyampaian Berita di Channel Youtube Sriwijaya Post*. 4(1), 62–69.
- Irnando, K., & Irwansyah, I. (2021). Presentasi diri influencer dalam product endorsement di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(2), 509–532. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i2.2649>
- Irsyad, N., Saputra, D. Z., Hayqal, R. M. R., & Junaedi, F. (2024). Tinjauan Etika tentang Konten Tiktok Codebluuu Mengenai Review Makanan Oseng Bang

Madun. *Borobudur Communication Review*, 4(1), 52–62.

<https://doi.org/10.31603/bcrev.10600>

Juditha, C. (2020). Analisis Netiket Konten Youtube Di Masa Pandemi Covid-19  
Netiquette Analysis of Youtube Content in the Covid-19 Pandemic. *Jurnal  
Penelitian Komunikasi*, 24(1), 45–58. <https://doi.org/10.20422/jpk.v24i1.738>

Juliana, S. A., Astuti, I. W., Pramesti, R. D., & Junaedi, F. (2024). Tinjauan Etika  
dalam Promosi Galon Cleo di Akun Instagram @stefanigabriela. *Borobudur  
Communication Review*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.31603/bcrev.10585>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai  
Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts.  
*Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.  
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Kusumastuti, F., Astuti, Y. D., Birowo, M. A., Hartanti, L. E. P., Amanda, N. M.  
R., & Kurnia, N. (2021). *ETIS BERMEDIA DIGITAL*. Kementerian  
Komunikasi dan Informatika.

Machmud, M. (2022). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip  
Dasar Penelitian Ilmiah* (Cetakan II). Penerbit Selaras.

Mahsin, B. M., Aksa, A. H., Muayyanah, A., & Satriya, M. K. (2023).  
Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan. *Mu'ashir:  
Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(2), 357–386.

<https://doi.org/10.35878/muashir.v1i2.916>

Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai  
Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*, 1(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8>

- Pertiwi, F. A. (2022). *TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP ENDORSEMENT MENGENAI REVIEW PRODUK SKINCARE (STUDI KASUS PADA INFLUENCER KEDIRI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN INSTAGRAM)*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI.
- Pragusma, Z. B. (2023). *Rendahnya Literasi Digital Indonesia*. Character Building BINUS University. <https://binus.ac.id/character-building/2023/02/rendahnya-literasi-digital-indonesia/>
- Pratama, A. A., Anugra, R., & Musyaffa, M. A. (2023). Tinjauan Etika dalam Konten Tiktok @Prazteguh Blind Challenge Air Mineral dalam Kemasan. *Jurnal Audiens*, 4(4), 651–659. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.269>
- R, S. M., & Rahman, A. (2023). Etika Jasa Endorsement di Media Sosial ; Studi Komparatif Mazhab Al- Syafi ' i dan Mazhab Maliki. *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*, 04(1), 224–237.
- Rachmadina, N., Alhani, H., Putri, T. U., Putra, A. P. T., & Handoko, D. (2025). *Etika Periklanan di Era Influencer : Tantangan Kejujuran dalam Endorsement Digital*. 2(April).
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31–43. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>
- Setiadi, M. D. (2024). *Etika dan dampak komodifikasi komunikasi dalam industri media massa*. 3(2), 38–61.
- Shofa, I., & Nugroho, D. (2018). Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Pangripta*, 1(1), 75–85. <https://doi.org/10.58411/x7fq7b17>

Sukirno, Z. L. (2020). Etika Komunikasi Visual Influencer dalam Promosi

Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 127.

<https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.15713>

Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di

SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida' : Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 9(2), 95–120.

<https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298><http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005>

<http://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58>

<http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>

