



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PERSONAL BRANDING BEAUTY
INFLUENCER DI INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI
FOLLOWERS**

(Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)

SKRIPSI

**Tiwulandari
213516516217**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PERSONAL BRANDING BEAUTY
INFLUENCER DI INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI
FOLLOWERS**

(Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1)**

**Tiwulandari
213516516217**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2025



NATIONAL UNIVERSITY

**THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCER PERSONAL
BRANDING ON INSTAGRAM TOWARDS FOLLOWERS
PERCEPTIONS**

(Survey on Followers of @abellyc Instagram Account)

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor's degree (S1)**

**Tiwulandari
213516516217**

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Tiwulandari

Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516217

Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 8 Februari 2025

Yang membuat pernyataan


Tiwulandari

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tiwulandari
NPM : 213516516217
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan

Jakarta, 5 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Swastmingsih, S.E., M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tiwulandari
NPM : 213516516217
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di
Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey
Pada Followers Akun Instagram @abellyc)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 3 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN REVISI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tiwulandari
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516217
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsekrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer Di
Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram
@abellyc)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 17 Maret 2025

Ketua Sidang : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Penguji I : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah ditujikan dan dinyatakan **LULUS**,
halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya panjatkan Kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Selama proses penyusunan penelitian skripsi ini penulis menyadari segala kekurangan didalamnya, hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, pengalaman, serta ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Namun penulis menerima banyak dukungan, bimbingan, dan masukan berharga dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional
2. Ibu Dr. Dra. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing penulis dan memberikan ilmu yang bermanfaat, serta dorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

8. Ibu Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
10. Kedua orang tua tercinta Bapak Soelarto dan Ibu Sati. Terima kasih atas segala bentuk perhatian, doa yang tak pernah putus, semangat yang selalu diberikan, dan berbagai dukungan lainnya termasuk materil. Sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini. Tanpa doa, cinta, dan pengorbanan yang luar biasa dari kalian, perjalanan ini tidak akan terasa sekuat dan sebermakna ini.
11. Lulu, Nabilah, Dita, Zaydan, Permata yang selalu bersama sejak awal perkuliahan. Cindy dan Apriska yang selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu ada disaat penulis merasa kehilangan semangat. Serta seluruh teman-teman dan pihak yang mendukung dan memberikan kontribusi dalam bantuan, doa, serta kebersamaan yang berarti bagi penulis untuk terus melangkah hingga tahap akhir skripsi ini.
12. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Tiwulandari. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi dan dapat sidang akhir pada tahun ini. Proses penulisan ini tidak mudah, tetapi bangga telah melewatinya. Terima kasih Wulan!

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 8 Februari 2025

Penulis



Tiwulandari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Tiwulandari
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516217
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti non eksklusif** (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 8 Agustus 2024
Yang menyatakan



Tiwulandari

ABSTRAK

Nama : Tiwulandari
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Personal Branding Beauty Influencer di Instagram Terhadap Persepsi Followers (Survey Pada Followers Akun Instagram @abellyc)
Dosen Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personal branding beauty influencer di Instagram terhadap persepsi followers. Penelitian ini berfokus pada akun Instagram @abellyc yaitu seorang beauty influencer yang aktif dalam membagikan konten seputar kecantikan. Personal branding dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator, yaitu kompetensi/keahlian, style, dan standar, sementara persepsi followers dianalisis berdasarkan komponen kognitif, afektif, dan konatif. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 followers akun @abellyc. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Abel Cantika berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi followers, dimana mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap konten yang disajikan. Personal branding Abel Cantika sebagai influencer memberi pengaruh sebesar 66,1% terhadap persepsi followersnya. Followers menilai Abel Cantika memiliki kompetensi yang baik di bidang kecantikan, gaya komunikasi yang menarik dan autentik, serta standar profesionalisme dalam menyampaikan informasi.

Kata Kunci: Beauty Influencer, Instagram, Persepsi, Personal Branding

ABSTRACT

Name : Tiwulandari
Study Program : Communication Science
Thesis : The Influence of Beauty Influencer Personal Branding on Instagram Towards Followers Perceptions (Survey on Followers of @abellyc Instagram Account)
Advisor : Swastiningsih, S.E., M.Si

This research aims to analyze the influence of personal branding of beauty influencer on Instagram on followers' perceptions. The study focuses on the Instagram account @abellyc, where Abel Cantika is active in sharing beauty-related content. Personal branding in this study is measured through three indicators: competence/expertise, style, and standards, while followers' perceptions are analyzed based on cognitive, affective, and conative components. The research method used is quantitative with a survey approach involving 100 @abellyc followers. The results show that Abel Cantika's personal branding significantly influences followers' perceptions, with the majority of respondents giving positive feedback on the content presented. Abel Cantika's personal branding as an influencer has a 66.1% influence on their followers' perceptions. Followers perceive Abel Cantika to have good competence in the beauty field, an engaging and authentic communication style, and professional standards in delivering information..

Keywords: Beauty Influencer, Instagram, Perception, Personal Branding

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN REVISI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.3 Kerangka Konsep	12
2.3.1 Personal Branding	12
2.3.2 Beauty Influencer	14
2.3.3 Media Sosial Instagram.....	14
2.3.4 Followers dalam Instagram	15
2.3.5 Persepsi	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	19
2.5 Hipotesis.....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	20

3.1	Paradigma Penelitian.....	20
3.2	Metode Penelitian.....	20
3.3	Populasi dan Sampel	21
3.4	Operasional Konsep	22
3.5	Skala Ukur Data	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1	Data Primer	26
3.5.2	Data Sekunder.....	26
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	26
3.7.1	Uji Validitas	26
3.7.1	Uji Reliabilitas	28
3.8	Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	30
3.8.1	Uji Regresi Linear Sederhana	30
3.8.2	Uji Hipotesis (Uji T)	31
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	31
3.9	Jadwal Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Profile Beauty Influencer Abel Cantika (@abellyc).....	33
4.2	Profile Responden.....	36
4.2.1	Karakteristik Responden dari Followers Instagram @abellyc.....	37
4.2.2	Karakteristik Responden dari Jenis Kelamin	37
4.2.3	Karakteristik Responden dari Pekerjaan	38
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Personal Branding (X)	38
4.3.1	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Kompetensi/Keahlian	42
4.3.2	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Style	47
4.3.3	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Standar	53
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Followers (Y).....	57
4.4.1	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Komponen Kognitif (Perseptual).....	61
4.4.2	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Komponen Afektif (Emosional).....	66

4.4.3	Deskripsi Tanggapan Responden Indikator Komponen Konatif (Perilaku)	71
4.5	Hasil Analisis Data.....	75
4.5.1	Uji Validitas	75
4.5.2	Uji Reliabilitas	77
4.5.3	Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	77
4.5.4	Analisis Uji Hipotesis (Uji t)	78
4.5.5	Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.6	Pembahasan Penelitian.....	80
BAB V PENUTUP		84
1.1	Kesimpulan	84
1.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis <i>Engagement Rate Instagram</i> Beauty Influencer	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	23
Tabel 3. 2 Skala Likert (<i>favorable</i>)	25
Tabel 3. 3 Skala Likert (<i>unfavorable</i>)	25
Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Personal Branding (X)	27
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Persepsi Followers (Y).....	28
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Personal Branding (X)	29
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Persepsi Followers (Y).....	30
Tabel 3. 8 Perencanaan Jadwal Penelitian	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Followers Akun Instagram @abellyc	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden dari Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden dari Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 4 Rekapitulasi variabel personal branding (X)	38
Tabel 4. 5 Abel Cantika memiliki pengetahuan di bidang kecantikan	42
Tabel 4. 6 Abel Cantika memiliki keahlian di bidang kecantikan	42
Tabel 4. 7 Abel Cantika sering memberikan tips/saran kecantikan bermanfaat ...	43
Tabel 4. 8 Abel Cantika memberikan ulasan produk yang membantu dalam memahami keunggulan produk	44
Tabel 4. 9 Abel Cantika mampu menjelaskan informasi kecantikan secara jelas dan informatif.....	45
Tabel 4. 10 Abel Cantika memiliki pengalaman yang cukup di bidang kecantikan	45
Tabel 4. 11 Abel Cantika mampu memengaruhi pandangan anda terkait kecantikan melalui pengetahuan dan keahliannya	46
Tabel 4. 12 Gaya konten yang dibuat oleh Abel Cantika menarik	47
Tabel 4. 13 Visual konten yang dibagikan Abel Cantika memengaruhi minat Anda terhadap kecantikan.....	48
Tabel 4. 14 Abel Cantika memiliki konsistensi gaya/ciri khas yang sama untuk ditampilkan dalam setiap unggahannya	49
Tabel 4. 15 Gaya komunikasi yang digunakan Abel Cantika sesuai dengan kepribadian yang ingin ditampilkannya	49
Tabel 4. 16 Abel Cantika memiliki estetika visual dari setiap unggahan kecantikannya.....	50
Tabel 4. 17 Abel Cantika memiliki ciri khas make up yang flawless dari setiap unggahannya	51
Tabel 4. 18 Abel Cantika memiliki karakteristik yang ramah, terbuka, dan terpercaya ketika mereview produk kecantikan	52
Tabel 4. 19 Produk kecantikan yang direkomendasikan oleh Abel Cantika memiliki kualitas tinggi	53
Tabel 4. 20 Abel Cantika menjaga standar profesionalisme dalam setiap unggahannya	54
Tabel 4. 21 Standar konten yang diunggah Abel Cantika dapat memengaruhi pandangan Anda terhadap kecantikan.....	54
Tabel 4. 22 Abel Cantika memiliki konsistensi dalam menjaga kualitas unggahan kecantikannya.....	55

Tabel 4. 23 Abel Cantika memenuhi standar seorang beauty influencer.....	56
Tabel 4. 24 Konten kecantikan yang diunggah oleh Abel Cantika sesuai dengan standar kecantikan.....	56
Tabel 4. 25 Rekapitulasi variabel personal branding (X) (positif).....	58
Tabel 4. 26 Rekapitulasi variabel personal branding (X) (negatif).....	59
Tabel 4. 27 Mudah memahami informasi yang disampaikan Abel Cantika mengenai kecantikan.....	61
Tabel 4. 28 Percaya pada keakuratan informasi yang diberikan Abel Cantika	62
Tabel 4. 29 Konten Abel Cantika memberikan pengetahuan baru mengenai kecantikan	62
Tabel 4. 30 Informasi yang disampaikan Abel Cantika membantu anda memahami tren kecantikan baru	63
Tabel 4. 31 Penjelasan produk kecantikan oleh Abel Cantika meningkatkan pemahaman anda tentang penggunaannya	64
Tabel 4. 32 Informasi dari Abel Cantika sering membingungkan dan kurang jelas	64
Tabel 4. 33 Meragukan keabsahan informasi yang diberikan Abel Cantika	65
Tabel 4. 34 Merasa terinspirasi oleh konten kecantikan yang dibagikan oleh Abel Cantika	66
Tabel 4. 35 Perasaan merasa positif terhadap produk yang direkomendasikan oleh Abel Cantika.....	67
Tabel 4. 36 Menyukai tips/rekomendasi yang diberikan Abel Cantika mengenai kecantikan	67
Tabel 4. 37 Konten dari Abel Cantika membuat lebih termotivasi untuk mencoba tren kecantikan terbaru.....	68
Tabel 4. 38 Merasa lebih percaya diri setelah mengikuti rekomendasi kecantikan dari Abel Cantika	68
Tabel 4. 39 Konten kecantikan yang dibagikan Abel Cantika tidak memengaruhi keinginan terhadap kecantikan.....	69
Tabel 4. 40 Merasa tidak puas oleh tips/rekomendasi kecantikan dari Abel Cantika	70
Tabel 4. 41 Konten kecantikan yang diberikan oleh Abel Cantika cocok	71
Tabel 4. 42 Cenderung mengikuti saran/rekomendasi hal kecantikan dari Abel Cantika	71
Tabel 4. 43 Merekomendasikan tips/produk kecantikan yang sama kepada orang lain setelah melihat konten Abel Cantika.....	72
Tabel 4. 44 Merasa tidak tertarik dengan tips/produk kecantikan yang direkomendasikan oleh Abel Cantika	72
Tabel 4. 45 Masih mempertimbangkan rekomendasi dari Abel Cantika saat memilih produk kecantikan.....	73
Tabel 4. 46 Konten kecantikan yang diunggah Abel Cantika tidak memengaruhi diri anda untuk mengikutinya.....	74
Tabel 4. 47 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Branding (X).....	75
Tabel 4. 48 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Followers (Y)	76
Tabel 4. 49 Uji Reliabilitas Variabel Personal Branding (X)	77
Tabel 4. 50 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Followers (Y).....	77
Tabel 4. 51 Uji Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 4. 52 Uji Hipotesis (Uji t).....	78

Tabel 4. 53 Uji Koefisien Determinasi	79
Tabel 4. 54 Tingkat Koefisien Korelasi	80



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Akun Instagram & YouTube Abel Cantika</i>	<i>2</i>
<i>Gambar 1. 2 Engagement Rate Akun Instagram @abellyc</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 3. 1 Rumus Uji Validitas</i>	<i>27</i>
<i>Gambar 3. 2 Rumus Uji Validitas</i>	<i>29</i>
<i>Gambar 4. 1 Foto Abel Cantika</i>	<i>33</i>
<i>Gambar 4. 2 Akun Instagram & Youtube Abel Cantika.....</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 4. 3 Konten #BeyiNgeracun</i>	<i>35</i>
<i>Gambar 4. 4 Contoh Ulasan Produk Abel Cantika</i>	<i>44</i>
<i>Gambar 4. 5 Contoh Visual Konten Abel Cantika.....</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 4. 6 Unggahan Instagram Abel Cantika</i>	<i>51</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Penugasan Dosen Pembimbing
Lampiran II	Lembar Konsultasi Bimbingan
Lampiran III	Turnitin
Lampiran IV	Kuesioner Penelitian
Lampiran V	Identitas Responden
Lampiran VI	Data dan Tanggapan Responden Hasil Uji Penelitian Variabel X dan Y
Lampiran VII	Hasil Uji Validitas Dimensi Variabel X dan Y
Lampiran VIII	Hasil Uji Reliabilitas Dimensi Variabel X dan Y
Lampiran IX	Ditribusi Nilai r tabel
Lampiran X	Ditribusi Nilai t tabel
Lampiran XI	Penyebaran Link Kuesioner/GoogleForm
Lampiran XII	Riwayat Hidup

