



UNIVERSITAS NASIONAL
PEMANFAATAN INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN
KONSUMEN GEN Z
DI EVA MULIA CLINIC, TEBET, JAKARTA SELATAN
SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Wahyu Shinta Dewi Muliamar

NPM. 223516436669

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2025



NATIONAL UNIVERSITY

***UTILIZATION OF INFLUENCERS IN INCREASING
GEN Z CONSUMERS AT EVA MULIA CLINIC, TEBET,
SOUTH JAKARTA***

THESIS

*Submitted to Fulfill one of the conditions of obtaining
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom.)*

Wahyu Shinta Dewi Muliamar

NPM. 223516436669

***FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL
SCIENCE COMMUNICATION STUDY PROGRAM***

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.
Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama: Wahyu Shinta Dewi Muliamar
NPM: 223516436669

Materai 10.000
Tanda Tangan :





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Shinta Dewi Muliamar

NPM : 223516436669

Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Pemanfaatan Influencer Dalam Meningkatkan
Konsumen Gen Z Di Eva Mulia Clinic Tebet
Jakarta Selatan

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

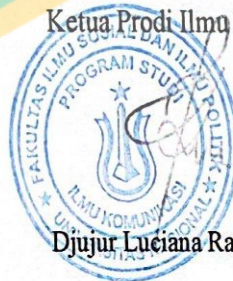
Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.,



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Shinta Dewi Muliamar

NPM : 223516436669

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Pemanfaatan Influencer Dalam Meningkatkan
Konsumen Gen Z di Eva Mulia Clinic Cabang
Tebet Jakarta Selatan

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 12 September 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aosi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Shinta Dewi Muliamar

NPM : 223516436669

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Pemanfaatan Influencer Dalam Meningkatkan
Konsumen Gen Z di Eva Mulia Clinic Cabang
Tebet Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

: Prof.Drs. Rusman Burhanudin

Ketua Sidang /
Penguji 2 : Ghazali,S.H.,M.Si.,Ph.D.

Penguji 1 : Nieke Monika Kulsum.SE.,M.Si

Pembimbing : Dr.Drs.Ambia B. Boestam,M.Si

Jakarta, 09 September 2025

Kata Pengantar

Assalamualaikum, Wr, Wb

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“PEMANFAATAN INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN GEN Z DI EVA MULIA CLINIC, TEBET, JAKARTA SELATAN”***

Skripsi yang peneliti susun ini merupakan serangkaian syarat untuk mendapatkan nilai dari mata kuliah skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa capaian ini tidak mungkin diraih tanpa dukungan dan doa dari berbagai pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan peneliti. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, peneliti ingin menyampaikan apresiasi tulus kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bernawi Putera, MA., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta
2. Bapak Dr Aoi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta
3. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta
4. Bapak Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, yang telah mengajarkan ilmu dan nilai-nilai kehidupan selama masa studi dengan penuh dedikasi dan keteladanan.
6. Kedua orang tua tercinta, khususnya almarhumah ibu peneliti yang senantiasa hadir dalam doa dan kenangan terbaik, serta ayah tercinta yang dengan sabar, ikhlas, dan tanpa lelah mengantar jemput peneliti kuliah

maupun bekerja. Terima kasih atas kasih sayang dan pengorbanan yang tak pernah bisa terbalas oleh kata-kata.

7. Dr. Edi Wijaya, selaku owner Eva Mulia Clinic, yang telah memberikan kesempatan besar kepada peneliti untuk bekerja sambil melanjutkan pendidikan, serta memberi keleluasaan dalam pelaksanaan observasi dan penelitian skripsi ini.
8. Siti Aidatul Qomariyah, sahabat sekaligus rekan seperjuangan peneliti, yang tidak hanya memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi, tetapi juga turut membantu secara moril dan materil dalam keberlangsungan studi peneliti.
9. Seluruh rekan kerja di Eva Mulia Clinic, yang selalu mendukung langkah peneliti dalam dunia kerja maupun dunia akademik, serta memberikan dorongan yang berarti dalam menyelesaikan studi ini.
10. Wahyu Satriyo Cahya Muliamar, adik tercinta peneliti, yang dengan ikhlas dan penuh kasih meluangkan waktu serta tenaga untuk membantu antar jemput di sela kesibukan masing-masing.
11. Mas Koko, yang telah banyak membantu peneliti dalam memahami berbagai referensi, memberi saran dalam pencarian buku-buku ilmiah, dan mendampingi peneliti dalam menyusun skripsi ini dengan penuh ketulusan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang tak terhingga kepada Mereka semua. Amin. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat menjadi syarat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi. Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan. Tentunya peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat bermanfaat bagi perbaikan penelitian ini. Peneliti ingin menyampaikan maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam proposal ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan.

Wassalamualaikum. Wr, Wb.

Jakarta, Agustus 2025

Peneliti

Wahyu Shinta Dewi Muliamar

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Nasional

Nama : Wahyu Shinta Dewi Muliamar
NPM 223516436669
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Influencer Dalam Meningkatkan Konsumen
Gen Z di Eva Mulia Klinik, Tebet Jakarta Selatan

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pemanfaatan Influencer dalam Meningkatkan Konsumen Gen Z di Eva Mulia Clinic Cabang Tebet Jakarta Selatan". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi pemanfaatan *influencer* digunakan oleh Eva Mulia Clinic dalam menarik minat serta mendorong keputusan pembelian pada konsumen dari generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik wawancara mendalam kepada satu key informan dari pihak manajemen serta lima informan dari kalangan Gen Z yang merupakan konsumen aktif Eva Mulia Clinic. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Integrated Marketing Communication (IMC) dari Schultz, yang menekankan pada konsistensi pesan dan sinergi antar kanal komunikasi, termasuk media sosial dan penggunaan influencer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran *influencer* memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kesadaran merek (*brand awareness*), kepercayaan (*trust*), hingga keputusan pembelian konsumen Gen Z. *Influencer* dinilai mampu menyampaikan pesan promosi dengan pendekatan yang lebih otentik, personal, dan sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z. Selain itu, perbedaan angka kunjungan sebelum dan sesudah penggunaan *influencer* memperlihatkan adanya peningkatan yang nyata terhadap jumlah konsumen di klinik tersebut. Dengan demikian, pemanfaatan *influencer* terbukti menjadi strategi pemasaran yang efektif dan relevan dalam menjangkau Gen Z, terutama di era digital saat ini yang ditandai oleh kecepatan informasi dan interaksi di media sosial.

Kata kunci: Integrated Marketing Communication; Kualitatif
Eva Mulia Clinic; Generasi Z; Influencer;

**Faculty of Social and Political Sciences
National University**

Name : Wahyu Shinta Dewi Muliamar
NPM 223516436669
Study Program : Communication Science
Title : Utilization of Influencers in Increasing Gen Z Consumers
at Eva Mulia Clinic, Tebet, South Jakarta

ABSTRACT

This study is titled "Utilization of Influencers in Increasing Gen Z Consumers at Eva Mulia Clinic, Tebet Branch, South Jakarta." The purpose of this research is to understand how influencer-based strategies are employed by Eva Mulia Clinic to attract and influence the purchasing decisions of Generation Z consumers. The study uses a qualitative descriptive approach through in-depth interviews with one key informant from clinic management and five informants representing Gen Z consumers who have used the clinic's services. The main theoretical foundation of this research is Integrated Marketing Communication (IMC) by Schultz, which emphasizes consistency of messaging and synergy among communication channels, including social media and influencer marketing. The results of the study show that influencers play a significant role in building brand awareness, trust, and eventually influencing the consumer's purchase decision. Influencers are perceived as being able to deliver promotional messages in a more authentic, relatable, and engaging manner that aligns with Gen Z's communication style. Additionally, the increase in consumer visits after the use of influencers demonstrates the tangible impact of this strategy. In conclusion, the use of influencers has proven to be an effective and relevant marketing strategy to reach gen Z's audiences in today's digital era, characterized by fast-paced information and social media interaction.

Keywords: *integrated marketing communication; qualitative, eva mulia clinic; generation Z; influencer.*

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.3 Manfaat Bagi Gen Z	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Teori Utama	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Teori Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Fungsi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Manfaat Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Karakteristik Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.3 Konsep penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Teori Integrated Marketing Communication.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Teori Kredibilitas Sumber (Source Credibility Theory)	Error! Bookmark not

defined.

2.3.3 Teori AIDA	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Teori Generasi Z.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.5 Konsep Influencer	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODELOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Pendekatan Paradigma	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Penentuan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Wawancara	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Data Reduction (Reduksi Data)	Error! Bookmark not defined.
3.8 Data Display (Penyajian Data).....	Error! Bookmark not defined.
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.10 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Eva Mulia Clinic Cabang Tebet.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Struktur Organisasi Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.3 Visi dan Misi Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.4 Jam Operasional Eva Mulia Clinic Tebet	Error! Bookmark not defined.
4.5 Produk – Produk di Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Produk Unggulan di Eva Mulia Clinic Tebet.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Penghargaan dan Prestasi Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.7 Perkembangan Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.8 Prosedur Pemilihan Influencer di Eva Mulia Clinic	Error! Bookmark not defined.
4.9 Deskripsi Profil Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.9.1 Profil Key Informan dan informan.....	Error! Bookmark not defined.
4.10 Hasil Penelitian dan Wawancara	Error! Bookmark not defined.
4.11 Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. BUKU	Error! Bookmark not defined.
B. JURNAL.....	Error! Bookmark not defined.
C. INTERNET	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1 Hasil Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
HASIL OBSERVASI	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Hasil Wawancara	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Data Internal Eva Mulia Clinic Tebat.....	Error! Bookmark not defined.
KATEGORI PEREMPUAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	Error! Bookmark not defined.
DOKUMENTASI FOTO.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR BAGAN

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel Data <i>key</i> informan dan informan	14
Tabel 1.6 Kerangka Pemikiran	46
Tabel Jadwal Penelitian.....	55
Tabel 4.1.5 Struktur Organisasi Eva Mulia Clinic.....	57
Tabel Perbandingan Jumlah Pasien Gen Z	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Platform Media Sosial Instagram Eva Mulia Clinic.....	3
Gambar 1.3 Data Pasien GEN Z usia 17-28 Tahun di Eva Mulia Clinic Tebet Periode Januari s/d Maret 2025.....	4
Gambar 1.1 Testimoni Eva Mulia Clinic.....	2
Gambar 1.4 ZAP Beauty Index Desember 2024	5
Gambar 1.5 Sumber We Are Social dan Meltwater.....	6
Gambar 1.6 Testimoni Eva Mulia Clinic.....	7
Gambar 4.1 Logo Eva Mulia Clinic.....	56
Lampiran 1 Hasil Observasi.....	79
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	82
Lampiran 3 Hasil Wawancara	84
Lampiran 4 Data Internal Eva Mulia Clinic Tebet.....	100
Gambar Dokumentasi Wawancara.....	104

