

BAB II

GAMBARAN UMUM SKINTIFIC DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum Skintific

Skintific berasal dari penggabungan kata *skin* dan *scientific*, penamaan tersebut menjadikan identitas sebagai brand yang mengutamakan riset dan formulasi ilmiah. Merupakan merek perawatan kulit yang dikembangkan menggunakan berbasis ilmu pengetahuan dalam setiap proses pengembangan produknya. Skintific pertama kali diperkenalkan oleh Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke di Oslo, Norwegia pada tahun 1957. Skintific diproduksi di China oleh Guangdong Essence Daily Chemical Co., Ltd, berlokasi di Provinsi Guangdong, Tiongkok, perusahaan manufaktur *Original Design Manufacturer* yang memproduksi *skincare*, *makeup*, hingga parfum.

Seiring berkembangnya industri kecantikan global, skintific memperluas jangkauan pemasaraannya ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Di Indonesia, Skintific memiliki pemegang izin resmi pada PT May Sun Yvan yang berlokasi di Mega Kuningan, Kuningan Timur, Jakarta Selatan. Skintific resmi memasuki pasar Indonesia pada Agustus 2021, menjadi *top seller* skincare di e-commerce melalui strategi pemasaran digital yang dilakukan di TikTok dan Shopee. Tahun 2022, beberapa produk Skintific berhasil menjadi *Top 1 Beauty Category* di Shopee dan Tokopedia. Skintific dikenal oleh konsumen sebagai merek yang menekankan perbaikan dan perlindungan skin barrier, salah satu produk yang terkenal saat kedatangan Skintific di Indonesia adalah *5X Ceramide Barrier Repair Moisture Gel*.

Mengembangkan produknya, Skintific menjadi merek perawatan kulit dengan mengintegrasikan riset ilmiah dan teknologi dalam proses formulasi. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah penerapan teknologi TTE (*Trilogy Triangle Effect*). Teknologi tersebut menggabungkan tiga fungsi utama, efektivitas bahan aktif dalam membantu mengatasi permasalahan kulit, kemampuan produk dalam memberikan hidrasi intensif serta efek menenangkan, dan peran produk dalam memperkuat serta melindungi skin barrier.

Adanya formulasi tersebut, Skintific memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memberikan hasil yang efektif, tetapi juga tetap aman dan lembut digunakan, terutama bagi konsumen yang memiliki kulit sensitif. Pendekatan tersebut menjadi salah satu ciri khas Skintific dalam menghadirkan produk skincare yang seimbang antara efektivitas dan keamanan.

2.2 Visi, Misi, dan Logo Skintific

2.2.1 Visi Skintific

Skintific mempunyai visi menjadi pemimpin di industri kecantikan dengan menyediakan solusi perawatan kulit yang efektif dan aman.

2.2.2 Visi Skintific

Misi yang dimiliki adalah memberikan produk berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesehatan bagi para penggunan.

2.2.3 Logo Skintific

Logo pada Skintific merupakan representasi visual sebagai merek perawatan kulit ilmiah yang inovatif, terpercaya dan fokus pada perbaikan skin barrier dengan bahan aktif yang menggunakan teknologi *Trilogy Triangle Effect* (TTE) untuk hasil yang aman dan efektif. Identitas merek yang menggabungkan tulisan “SKINTIFIC”

dengan huruf kapital yang menyatukan dengan warna biru melambangkan kesegaran, kebersihan, dan ketenangan.



Gambar 2. 1 Logo Skintific

Sumber: Skintific.com, 2026

Skintific dikenal sebagai merek perawatan kulit yang mengusung konsep *science-based* skincare yang berfokus pada perbaikan skin barrier. Skintific memanfaatkan perkembangan teknologi digital dan platform daring untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen secara luas, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen pasar.

Skintific tetap mendapatkan respons positif dari konsumen meskipun dipasarkan pada rentang harga menengah hingga atas. Hal tersebut didukung oleh pandangan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh Skintific dengan pendekatan ilmiah yang digunakan dan kepercayaan terhadap keamanan produk

2.3 Produk Skintific

Skintific dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu produk perawatan kulit (*skincare*) dan produk kosmetik (*makeup*). Dari kedua pengelompokan ini menjadi

salah satu upaya Skintific untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik dari sisi perawatan kesehatan kulit dan menunjang penampilan. Seluruh produk Skintific dikembangkan dengan pendekatan berbasis ilmiah (*science-based skincare*) yang diformulasikan menggunakan bahan aktif berkualitas tinggi yang aman untuk digunakan termasuk untuk kulit yang sensitif.

2.3.1 Produk *Skincare*

Skincare merupakan fokus utama Skintific dalam pengembangan produknya. Produk dalam kategori ini dirancang untuk membantu memperbaiki dan menjaga kesehatan *skin barrier*, mengatasi berbagai jenis permasalahan kulit, serta memberikan perlindungan dan hidrasi yang optimal. Beberapa jenis skincare yang dikembangkan oleh Skintific yaitu mulai dari pembersih wajah (*facial wash*), toner, serum, pelembap (*moisturizer*), masker wajah, tabir surya (*sunscreen*), dan krim mata (*eye cream*).

Formulasi yang digunakan pada skincare Skintific umumnya mengandung bahan aktif seperti *ceramide*, *niacinamide*, *salicylic acid*, dan berbagai bahan pendukung lainnya yang berfungsi untuk menjaga kelembapan kulit, menangkan kulit, serta memperkuat lapisan pelindung kulit. Penggunaan bahan aktif tersebut disesuaikan dengan kebutuhan kulit agar memberikan hasil yang efektif tanpa menimbulkan iritasi.

Beberapa produk skincare Skintific yang dikenal luas dan menjadi produk unggulan di antaranya adalah *5x Ceramide Barrier Repair Moisture Gel*, *5x Ceramide Soothing Toner*, *10% Niacinamide Serum*, *All Day Light Sunscreen SPF 50 PA+++*, dan *Mugwort Anti Pores Acne Clay Mask*. Produk tersebut mendapat

perhatian konsumen karena diklaim mampu memperbaiki kondisi kulit dengan cara memperkuat skin barrier secara optimal.

2.3.1.1 *Moisturizer*

Penggunaan *moisturizer* secara rutin dapat membantu mencegah kulit kering, mengurangi iritasi, serta mendukung kesehatan kulit secara keseluruhan. Skintific menghadirkan berbagai pilihan *moisturizer* dengan kandungan aktif dan tekstur yang disesuaikan dengan kebutuhan serta jenis kulit yang berbeda-beda.



Gambar 2. 2 Produk Moisturizer

Sumber: Skintific.com, 2026

Salah satu produk unggulannya adalah *5x Ceramide Barrier Moisture Gel* yang diformulasikan untuk memperkuat *skin barrier* dan menjaga kelembapan kulit agar tetap terhidrasi lebih lama. Produk ini juga tersedia dalam varian *Light Texture*, yaitu pelembap bertekstur gel yang lebih ringan dan cocok digunakan untuk kulit normal hingga berminyak karena memberikan hidrasi tanpa terasa berat. Selain itu, terdapat *Niacinamide Brightening Moisturizer Gel* yang mengandung niacinamide

untuk membantu mencerahkan dan meratakan warna kulit sekaligus meningkatkan kelembapan.

Kulit berjerawat, Skintific menghadirkan 5% *Panthenol Acne Calming Water Gel* yang diformulasikan untuk membantu menenangkan kulit yang mengalami iritasi atau kemerahan, dengan tekstur ringan yang tidak menyumbat pori-pori. Sementara itu, *Retinol Skin Renewal Moisturizer* difokuskan pada peremajaan kulit dengan kandungan retinol yang membantu proses regenerasi, memperbaiki tekstur kulit, serta mengurangi tanda-tanda penuaan dini. Untuk kulit sensitif, tersedia *Sensitive Moisture Gel* yang dirancang khusus dengan formulasi lembut guna menjaga kelembapan sekaligus menenangkan kulit tanpa memicu iritasi.

2.3.1.2 *Suncare*

Penggunaan *suncare* secara rutin sangat penting sebagai langkah perlindungan kulit sehari-hari. Skintific menyediakan berbagai pilihan *suncare* dengan tekstur dan manfaat tambahan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.



Gambar 2. 3 Produk Suncare

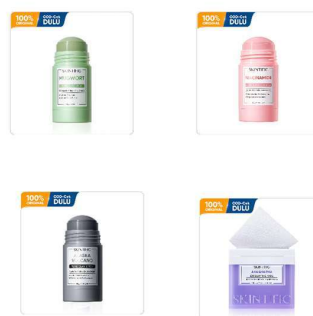
Sumber: Skintific.com, 2026

Salah satu produknya adalah *5x Ceramide Serum Sunscreen SPF 50+ PA++++* yang memberikan perlindungan optimal terhadap sinar matahari

sekaligus membantu menjaga kelembapan dan memperkuat *skin barrier* melalui kandungan *ceramide*. Selain itu, terdapat *Bright Fit Serum Sunscreen* dengan tekstur ringan dan mudah menyerap, yang tidak hanya melindungi kulit tetapi juga memberikan efek cerah. Untuk kulit berminyak, Skintific menyediakan *Matte Fit Serum Sunscreen SPF 50+ PA++++* yang memberikan hasil akhir *matte* sehingga nyaman digunakan tanpa meninggalkan kesan lengket. Sementara itu, *Light Serum Brightening Sunscreen SPF 50+ PA++++* mengombinasikan perlindungan matahari dengan manfaat pencerahan kulit dalam tekstur ringan yang sesuai untuk penggunaan sehari-hari.

2.3.1.3 Mask

Masker wajah merupakan produk perawatan kulit yang digunakan secara berkala untuk memberikan perawatan intensif sesuai dengan permasalahan kulit tertentu, seperti jerawat, kulit berminyak, pori-pori tersumbat, maupun tekstur kulit yang tidak merata. Skintific menghadirkan produk masker dengan formulasi aktif yang praktis dan mudah digunakan untuk mendukung perawatan kulit secara optimal.



Gambar 2. 4 Produk Mask

Sumber: Skintific.com, 2026

Beberapa produk mask yang ditawarkan antara lain *Mugwort Acne Clay Stick Acne Treatment* yang membantu membersihkan pori-pori sekaligus menenangkan kulit berjerawat. Selain itu, terdapat *Niacinamide Bright Boost Clay Stick* yang mengandung niacinamide untuk membantu mencerahkan kulit serta mengontrol produksi minyak berlebih. Untuk membantu membersihkan pori-pori secara mendalam, Skintific juga menghadirkan *Alaska Volcano Pore Stick* yang diformulasikan dengan mineral vulkanik guna menyerap minyak dan mengangkat kotoran. Sementara itu, AHA BHA PHA *Exfoliating Pads* berfungsi membantu mengangkat sel kulit mati, membersihkan pori-pori, serta memperbaiki tekstur kulit agar tampak lebih halus.

2.3.1.4 Serum

Penggunaan serum secara rutin dapat membantu meningkatkan efektivitas perawatan kulit, seperti mencerahkan, menghidrasi, memperbaiki tekstur, serta mengatasi tanda penuaan. Skintific menyediakan beragam varian serum dengan fungsi yang berbeda sesuai kebutuhan kulit konsumen.



Gambar 2. 5 Produk Serum

Sumber: Skintific.com, 2026

Beberapa produk serum yang dimiliki Skintific antara lain *Symwhite 377 Dark Spot Serum* yang membantu memudahkan noda hitam dan hiperpigmentasi sehingga warna kulit tampak lebih merata. Untuk memberikan tampilan kulit yang lebih segar dan bercahaya secara instan, tersedia *Instant Glowing First Serum Spray* dalam bentuk semprot yang praktis digunakan. Selain itu, *10% Pure Vitamin C Fresh Brightening Serum* mengandung vitamin C sebagai antioksidan yang membantu mencerahkan serta meningkatkan elastisitas kulit.

Skintific juga memiliki *12% Acid Peeling Solution Glowing Serum* yang bekerja melalui proses eksfoliasi untuk mempercepat regenerasi kulit dan membuat kulit tampak lebih halus serta cerah. Untuk perawatan *anti-aging*, terdapat *Retinol Skin Renewal Serum* yang membantu memperbaiki tekstur kulit, mengurangi tanda-tanda penuaan, serta mendukung regenerasi sel kulit. Sementara itu, *5x Ceramide Barrier Serum* diformulasikan untuk memperkuat *skin barrier* dan menjaga kelembapan kulit melalui kandungan ceramide.

2.3.1.5 Cleanser

Pemilihan *cleanser* yang sesuai dengan jenis kulit sangat penting untuk menjaga kesehatan kulit dan mencegah iritasi. Skintific menghadirkan berbagai jenis *cleanser* dengan formulasi lembut dan efektif untuk berbagai kebutuhan kulit.



Gambar 2. 6 Produk Cleanser

Sumber: Skintific.com, 2026

Beberapa produk yang ditawarkan antara lain *3X Acid Gel Cleanser* yang membantu membersihkan kulit sekaligus mengangkat sel kulit mati secara lembut. Untuk menjaga keseimbangan pH kulit dan melindungi *skin barrier*, terdapat *5x Ceramide Low pH Cleanser* yang diformulasikan dengan kandungan ceramide. Bagi pemilik kulit sensitif, *Quick Calm Repair Sensitive Cleanser* dirancang untuk membersihkan kulit tanpa menyebabkan iritasi. Selain itu, terdapat *Amino Acid Ultra Gentle Cleanser Mousse* yang mengandung surfaktan berbasis asam amino sehingga lebih lembut dan aman digunakan, terutama untuk kulit sensitif.

2.3.1.6 Toner

Toner merupakan produk perawatan kulit yang digunakan setelah proses pembersihan wajah untuk membantu menyeimbangkan kondisi kulit, memberikan hidrasi tambahan, serta mempersiapkan kulit agar dapat menyerap produk perawatan selanjutnya dengan lebih optimal. Skintific memiliki berbagai toner dengan kandungan aktif yang disesuaikan dengan kebutuhan kulit.



Gambar 2. 7 Produk Toner

Sumber: Skintific.com, 2026

Hyaluronic Acid Barrier Essence Toner HYD Booster yang berfungsi menghidrasi kulit sekaligus membantu memperkuat *skin barrier* melalui kandungan *hyaluronic acid*. Selain itu, terdapat *Glycolic Acid Exfoliating Daily Clarifying Toner* yang membantu proses eksfoliasi ringan untuk membersihkan kulit dan memperbaiki tekstur kulit agar tampak lebih halus. Untuk kulit yang membutuhkan efek menenangkan, *5x Ceramide Soothing Calming Essence Toner* diformulasikan untuk membantu menjaga kelembapan sekaligus memberikan perlindungan pada lapisan *skin barrier*.

2.3.2 Produk Make-Up

Selain berfokus pada produk perawatan kulit, Skintific juga mengembangkan rangkaian produk pada kategori *make-up*. Produk *make-up* Skintific tidak hanya ditujukan untuk menunjang penampilan, tetapi juga diformulasikan dengan tetap memperhatikan aspek kesehatan kulit. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *science-based skincare* yang menjadi karakter utama Skintific.

Produk pada kategori make-up Skintific antara lain, *cushion*, *powder foundation*, *setting spray*, dan *loose powder*. Seluruh produk tersebut dirancang untuk memberikan hasil riasan yang natural dan juga tetap tahan lama, sekaligus mengandung bahan-bahan yang membantu menjaga kenyamanan kulit selama penggunaan. Dengan mengombinasikan fungsi estetika dan perawatan kulit, produk *make-up* Skintific diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen yang menginginkan riasan yang aman serta mendukung kesehatan kulit.

2.3.2.1 Cushion

Cushion merupakan produk alas bedak berbentuk compact dengan tekstur cair yang diaplikasikan menggunakan bantalan khusus. Produk ini dirancang untuk memberikan hasil riasan yang praktis, merata, dan tampak natural hingga penuh, tergantung pada jenis dan formulasi yang digunakan. Skintific menghadirkan berbagai varian cushion dengan hasil akhir dan tingkat *coverage* yang disesuaikan dengan kebutuhan kulit konsumen.



Gambar 2. 8 Produk Cushion

Sumber: Skintific.com, 2026

Beberapa produk cushion yang dimiliki Skintific antara lain *Cover Glow Perfect Pink Cushion Foundation* yang memberikan hasil akhir *glowing* serta

membantu meratakan warna kulit sehingga tampak lebih cerah dan sehat. Selain itu, terdapat *Perfect Stay Velvet Matte Cushion Foundation* dengan hasil akhir *velvet matte* yang mampu menutup ketidaksempurnaan kulit sekaligus membantu mengontrol minyak berlebih. Skintific juga menghadirkan *All Cover Perfect Gold Cushion* yang menawarkan *coverage* tinggi untuk membantu menyamarkan bekas jerawat dan permasalahan kulit lainnya dengan hasil akhir yang tetap tampak bercahaya.

2.3.2.2 Skin Tint

Skin tint merupakan produk *complexion* dengan tekstur ringan yang diformulasikan untuk memberikan tampilan kulit yang lebih natural dan segar. Produk ini berfungsi membantu meratakan warna kulit secara ringan tanpa memberikan kesan tebal seperti *foundation*, sehingga cocok digunakan untuk aktivitas sehari-hari dengan hasil akhir yang tampak alami.



Gambar 2. 9 Produk Skin Tint

Sumber: Skintific.com, 2026

Salah satu produknya adalah *Daily Filter Perfect Skin Tint*, yang dirancang untuk memberikan tampilan kulit yang halus dan merata dengan *coverage* ringan hingga medium. Produk ini membantu menyamarkan ketidaksempurnaan ringan

sekaligus mempertahankan kesan natural pada wajah, sehingga nyaman digunakan sebagai riasan harian.

2.3.2.3 Powder Foundation

Powder foundation merupakan alas bedak berbentuk padat atau bubuk yang digunakan untuk meratakan warna kulit sekaligus membantu menyerap minyak berlebih. Produk ini memberikan *coverage* yang lebih tinggi dibandingkan bedak biasa.



Gambar 2. 10 Produk Powder Foundation

Sumber: Skintific.com, 2026

Salah satu produknya adalah *Ultra Cover Powder Foundation*, yang dirancang untuk memberikan tampilan kulit yang halus dan rapi dengan *coverage* optimal. Produk ini membantu menyamarkan noda serta ketidaksempurnaan ringan pada wajah, sekaligus memberikan hasil akhir yang nyaman digunakan untuk aktivitas sehari-hari.

2.3.2.4 Loose Powder

Loose powder merupakan bedak tabur yang digunakan pada tahap akhir riasan untuk mengunci makeup, mengontrol minyak berlebih, serta memberikan hasil akhir yang lebih halus.



Gambar 2. 11 Produk Loose Powder

Sumber: Skintific.com, 2026

Produk *Loose Powder* yang dimiliki Skintific adalah *Invisiblur All Day Loose Powder*, yang dirancang untuk membantu menyempurnakan tampilan riasan dengan efek halus dan lembut pada kulit. Produk ini membantu mengurangi kilap pada wajah sekaligus menjaga tampilan makeup tetap rapi sepanjang hari.

2.3.2.5 Concealer

Concealer merupakan produk makeup yang digunakan untuk menyamarkan ketidaksempurnaan pada wajah, seperti noda hitam, bekas jerawat, dan area gelap. Produk ini memiliki tekstur dan tingkat *coverage* yang lebih tinggi dibandingkan *foundation*, sehingga efektif dalam memberikan hasil riasan yang lebih merata.



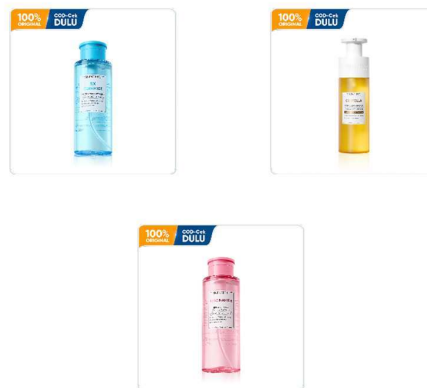
Gambar 2. 12 Produk Concealer

Sumber: Skintific.com, 2026

Skintific memiliki produk *concealer* yaitu *Cover Perfect Serum Concealer*, yang dirancang untuk membantu menyamarkan ketidaksempurnaan dengan hasil akhir yang halus dan menyatu dengan kulit. Produk ini memberikan *coverage* yang optimal tanpa terasa berat, sehingga dapat digunakan untuk mendukung tampilan riasan yang lebih rapi dan natural.

2.3.2.6 Micellar Water

Micellar water merupakan produk pembersih wajah yang berfungsi mengangkat kotoran, minyak, dan sisa *makeup* tanpa perlu dibilas. Produk ini bekerja dengan teknologi micelles yang mampu membersihkan kulit secara lembut tanpa menyebabkan iritasi, sehingga cocok digunakan untuk berbagai jenis kulit.



Gambar 2. 13 Produk Micellar Water

Sumber: Skintific.com, 2026

Skintific memiliki beberapa pilihan produk pembersih, antara lain *5x Ceramide Barrier Micellar Water* yang membantu membersihkan sisa *makeup* dan kotoran sekaligus menjaga kelembapan serta kesehatan *skin barrier*. Selain itu, terdapat *Niacinamide Barrier Micellar Water* yang mengandung *niacinamide* untuk membantu membersihkan kulit sekaligus menjaga keseimbangan kelembapan dan

tampilan warna kulit agar tetap merata. Untuk pembersihan yang lebih mendalam, yaitu *Centella Deep Cleansing Oil* yang efektif mengangkat *makeup* dan kotoran secara menyeluruh serta membantu menenangkan kulit.

2.4 Strategi Pemasaran Skintific

Skintific menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada pemanfaatan platform digital sebagai sarana untuk menjangkau konsumen seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Media sosial menjadi salah satu alat utama yang digunakan oleh Skintific dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen dan membangun interaksi dengan konsumen.

2.4.1 Pemanfaatan *Content Marketing*

Skintific secara aktif memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menyampaikan berbagai informasi dalam bentuk konten pemasaran. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat promosi, tetapi juga mengandung unsur edukatif, seperti penjelasan mengenai kandungan produk, manfaat penggunaan, dan cara pemakaian yang tepat. Strategi *content marketing* tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen terhadap produk dan membangun persepsi positif terhadap merek Skintific.

2.4.2 Pemanfaatan *Celebrity Endorser*

Skintific juga menggunakan strategi pemasaran dengan *celebrity endorser*. Pemilihan *figur public* dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat kredibilitas, keahlian di bidang kecantikan, dan kesesuaian citra *endorser* dengan karakter merek. Adanya kolaborasi tersebut, Skintific berupaya menyampaikan pesan

pemasaran secara lebih persuasif, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

2.4.3 Pemanfaatan *E-Commerce*

Selain memanfaatkan media sosial, Skintific juga menggunakan strategi pemasaran melalui platform *e-commerce*. Produk Skintific dipasarkan secara resmi melalui berbagai marketplace terkemuka untuk memudahkan dalam memperoleh produk secara mudah. Strategi pemasaran ini didukung dengan tampilan visual produk yang konsisten, informasi produk yang jelas, serta ulasan dari pengguna, yang secara tidak langsung turut memengaruhi persepsi dan minat beli konsumen.

2.5 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu individu yang berusia minimal 17 tahun dan berdomisili di Kota Semarang. Responden merupakan pengguna aplikasi TikTok, dipersyaratkan pernah melihat konten pemasaran skincare Skintific di TikTok, pernah melihat Tasya Farasya sebagai *celebrity endorser* dari skincare Skintific, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Data karakteristik responden disajikan dalam bentuk tabel yang meliputi beberapa aspek demografis, antara lain usia, jenis kelamin, domisili, tingkat pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, serta karakteristik perilaku, seperti penggunaan aplikasi selain TikTok, pengalaman paparan terhadap konten pemasaran Skintific, dan konten promosi yang dilakukan oleh *celebrity endorser*.

2.5.1 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Salah satu kriteria dan partisipan dalam penelitian ini adalah berusia mulai dari 17 tahun keatas dengan persebaran paling jauh pada usia lebih dari 29 tahun.

Tabel 2. 1 Usia Responden

No.	Rentang Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17 - 20	22	20,37
2.	21 – 24	72	66,67
3.	25 – 28	9	8,33
4.	>29	5	4,63
Total		108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada tabel diatas, mayoritas responden berada pada rentang usia kelompok 21–24 tahun, yaitu sebanyak 72 responden (66,67%). Selanjutnya, responden dengan rentang usia 17–20 tahun berjumlah 22 responden (20,37%), responden berusia 25–28 tahun sebanyak 9 responden (8,33%), dan responden yang memiliki representasi rendah yaitu kelompok usia lebih dari 29 tahun sebanyak 5 responden (4,63%).

2.5.2 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perempuan	81	75
2.	Laki - Laki	27	25
Total		108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa mayoritas responden perempuan mendominasi dengan jumlah 81 responden (75%), sedangkan responden laki-laki

berjumlah 27 responden (25%). Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa produk Skintific merupakan pengguna utama produk ini di Kota Semarang.

2.5.3 Komposisi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 2. 3 Tempat Tinggal Responden

No.	Kecamatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tembalang	12	11,11
2.	Semarang Barat	10	9,26
3.	Banyumanik	9	8,33
4.	Gajah Mungkur	9	8,33
5.	Gayamsari	8	7,41
6.	Candisari	7	6,48
7.	Gunungpati	7	6,48
8.	Pedurungan	7	6,48
9.	Ngaliyan	6	5,56
10.	Semarang Tengah	6	5,56
11.	Tugu	6	5,56
12.	Semarang Timur	5	4,63
13.	Genuk	4	3,70
14.	Mijen	4	3,70
15.	Semarang Selatan	4	3,70
16.	Semarang Utara	4	3,70
	Total	108	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Distribusi tempat tinggal responden, yang tercantum pada tabel diatas menunjukkan variasi yang signifikan tersebar di berbagai kecamatan di Kota Semarang. Kecamatan dengan jumlah responden terbanyak adalah Tembalang, yaitu sebanyak 12 responden (11,11%). Selanjutnya, Kecamatan Semarang Barat 10 Responden (9,26%) dan Kecamatan Banyumanik 9 reponden (8,33%) Kecamatan lain seperti Candisari, Gajah Mungkur, Gayamsari, Pedurungan, Ngaliyan, Gunungpati, dan kecamatan lainnya memiliki jumlah responden yang relatif merata dengan persentase antara 4% hingga 7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden berasal dari wilayah tempat tinggal yang cukup beragam.

2.5.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	77	71,30
2.	Karyawan Swasta	16	14,81
3.	Lainnya	8	7,41
4.	TNI/Polri/PNS/BUMN	6	5,56
6.	Ibu Rumah Tangga	1	0,93
	Total	108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 77 responden (71,30%). Kelompok terbesar kedua berasal dari responden yang bekerja sebagai karyawan swasta dengan jumlah 16 responden (14,81%). Selanjutnya, responden dengan kategori pekerjaan lainnya berjumlah 8 responden (7,41%), diikuti oleh responden yang bekerja sebagai TNI/Polri/PNS/BUMN sebanyak 6 responden (5,56%). Sementara itu, responden dengan jumlah paling sedikit adalah ibu rumah tangga, yaitu sebanyak 1 responden (0,93%).

2.5.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMP	5	4,63
2.	SMA	73	67,59
3.	Diploma (D1/D2/D3/D4)	2	1,85
4.	Sarjana	25	23,15
5.	Lainnya	3	2,78
	Total	108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan pendidikan terakhir, diperoleh data mengenai pendidikan terakhir responden yang disajikan pada Tabel 2.5. Data tersebut menunjukkan bahwa

mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 73 orang atau sebesar 67,59%. Sarjana berjumlah 25 orang atau sebesar 23,15%. SMP sebanyak 5 orang atau 4,63%, sedangkan responden dengan latar belakang pendidikan Diploma (D1/D2/D3/D4) sebanyak 2 orang atau 1,85%. Adapun responden dengan kategori pendidikan lainnya berjumlah 3 orang atau sebesar 2,78%.

2.5.6 Komposisi Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan

Tabel 2. 6 Penghasilan/Uang Saku per Bulan

No.	Penghasilan/Uang Saku per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1.	<Rp1.000.000	22	20,37
2.	Rp1.000.000 - Rp2.500.000	41	37,96
3.	>Rp2.500.000 - Rp4.000.000	28	25,93
4.	> Rp4.000.000	17	15,74
Total		108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan penghasilan atau uang saku per bulan, mayoritas responden berada pada kategori Rp1.000.000 – Rp2.500.000, yaitu sebanyak 41 responden (37,96%). Selanjutnya, responden dengan penghasilan Rp2.500.000 – Rp4.000.000 berjumlah 28 responden (25,93%). Responden dengan penghasilan kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 22 responden (20,37%), sedangkan responden dengan penghasilan lebih dari Rp4.000.000 berjumlah 17 responden (15,74%). Menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki tingkat penghasilan atau uang saku pada kategori menengah.

2.5.7 Identitas Responden Berdasarkan Aplikasi yang Digunakan Selain TikTok

Tabel 2. 7 Aplikasi yang Digunakan Selain TikTok

No.	Nama Produk	Jumlah	Persentase (%)
1.	Instagram	70	64,81
2.	WhatsApp	16	14,81
3.	X (Twitter)	16	14,81
4.	Facebook	6	5,56
Total		108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 2.7, mayoritas responden menggunakan Instagram sebagai aplikasi selain TikTok, yaitu sebanyak 70 responden (64,81%). Selanjutnya, aplikasi WhatsApp dan X (Twitter) masing-masing digunakan oleh 16 responden (14,81%). Sementara itu, Facebook menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna paling sedikit, yaitu sebanyak 6 responden (5,56%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial yang paling dominan digunakan responden selain TikTok.

2.5.8 Identitas Responden Berdasarkan Produk yang dilihat Setelah Melihat Konten Pemasaran

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui jenis produk Skintific yang paling banyak dilihat responden setelah terpapar konten pemasaran. Data ini memberikan gambaran mengenai produk yang paling menarik perhatian responden melalui aktivitas content marketing.

Tabel 2. 8 Produk *Content Marketing* yang Dilihat Responden

No.	Nama Produk	Jumlah	Persentase (%)
1.	Moisturizer	51	47,22
2.	Serum	18	16,67
3.	Sunscreen	15	13,89
4.	Mask	15	13,89
5.	Cleanser	5	4,63
6.	Toner	4	3,70
	Total	108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 2.8, produk Moisturizer menjadi produk yang paling banyak dilihat responden setelah terpapar content marketing, yaitu sebanyak 51 responden (47,22%). Selanjutnya, produk Serum dilihat oleh 18 responden (16,67%). Produk Sunscreen dan Mask masing-masing dilihat oleh 15 responden (13,89%). Sementara itu, produk Cleanser dilihat oleh 5 responden (4,63%) dan Toner menjadi produk yang paling sedikit dilihat, yaitu sebanyak 4 responden (3,70%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten pemasaran Skintific lebih banyak menarik perhatian responden terhadap produk Moisturizer dibandingkan produk lainnya.

2.5.10 Identitas Responden Berdasarkan Produk yang dilihat Setelah Melihat *Celebrity Endorser*

Bagian ini menjelaskan jenis produk Skintific yang dilihat responden setelah terpapar promosi melalui *celebrity endorser*. Data ini digunakan untuk mengetahui produk yang paling menarik perhatian responden melalui strategi pemasaran dengan menggunakan figur publik.

Tabel 2. 9 Produk *Celebrity Endorser* yang Dilihat Responden

No.	Nama Produk	Jumlah	Persentase (%)
1.	Moisturizer	65	60,19
2.	Serum	19	17,59
3.	Sunscreen	11	10,19
4.	Cleanser	7	6,48
5.	Toner	4	3,70
6.	Mask	2	1,85
	Total	108	100

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 2.9, produk moisturizer merupakan produk yang paling banyak dilihat responden setelah melihat promosi melalui *celebrity endorser*, yaitu sebanyak 65 responden (60,19%). Selanjutnya, produk serum berada pada urutan kedua dengan jumlah 19 responden (17,59%), diikuti oleh produk *sunscreen* sebanyak 11 responden (18%). Produk *cleanser* dilihat oleh 7 responden (7%), sedangkan *toner* dan *mask* menjadi produk dengan jumlah paling sedikit, masing-masing sebanyak 4 responden (3%) dan 2 responden (2%).