



**Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening Dan  
Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening Dengan  
Sikap Konsumen Dalam Menggunakan Produk Scarlett  
Whitening**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun :**

**Radinda Nur Harahap**

**14030116140054**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2023**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Dr. Arif Budoyo  
Kampus Universitas Diponegoro  
Tembung Semarang Kode Pos 50275  
Telepon/fax no. 0 (24) 7465407  
Laman: www.fkip.undip.ac.id  
Email: fkip@undip.ac.id

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Radinda Nur Harahap
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030116140054
3. Tempat / Tanggal Lahir : Bekasi, 24 Mei 1998
4. Departemen / Program Studi : S1-Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Tytyan Kencana, Jalan Joko Tingkir B4 no.12B, Marga Mulya,  
Kota Bekasi, Jawa Barat. 17142

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :  
Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dan Terpaan Media Sosial Instagram  
Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain  
dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil  
uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

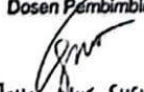
Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah  
saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa  
pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh Implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang  
saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh  
kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 17 April 2023

Mengetahui,

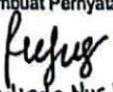
Dosen Pembimbing

  
Drs. Juyo Nur Suryanto Gono, M.Si.

Ketua Program Studi

  
S. Raki Hanah

Pembuat Pernyataan,

  
Radinda Nur Harahap

\*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dan Terpaan Media Sosial Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening

Nama Penyusun : Radinda Nur Harahap

Departemen : S1-Ilmu Komunikasi

Semarang, 5 Mei 2023

Dekan

Wakil Dekan 1

Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.  
Pol.Admin.

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.

NIP. 196408271990011001

NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si. ( )

Dosen Penguji:

1. Dr. Adi Nugroho, M.Si. ( )

2. Nurist Surayya Ulfa, S.Sos., M.Si. ( )

## **MOTTO**

*“Pintar pintar menempatkan diri dimanapun berada dan di situasi apapun”*

- **Ricky Bahran Harahap**

## ABSTRAK

### **Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dan Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening**

---

Sikap konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk terbentuk dari berbagai faktor yang ada dalam dirinya, contohnya adalah pengalaman kuat yang dimiliki seseorang dan media sosial. Berkaitan dengan hal ini, brand Scarlett Whitening mempunyai permasalahan isu produk palsu yang beredar di e-commerce Lazada dan dikhawatirkan berdampak pada sikap konsumen itu sendiri. Namun kabar baiknya, pihak brand Scarlett Whitening ini sendiri memberikan solusi menangani hal tersebut dengan cara menyediakan barcode yang bisa dicek di website resmi Scarlett Whitening. Strategi ini juga digalakkan oleh brand Scarlett Whitening lewat media sosial Instagram yang mereka miliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan terpaan isu produk palsu Scarlett Whitening dan terpaan media sosial Instagram Scarlett Whitening dengan sikap konsumen dalam menggunakan produk Scarlett Whitening, dengan menggunakan Teori Respon Kognitif dan *Individual Difference Theory*.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang menggunakan analisis Kendall's Tau-b dan memiliki sampel sebanyak 50 responden ini, diketahui bahwa antar tiap-tiap variabel yang diteliti tidak memiliki hubungan. Variabel terpaan isu produk palsu Scarlett Whitening dengan sikap konsumen dalam menggunakan produk Scarlett Whitening mempunyai nilai  $0,063 \geq 0,05$  dan terbukti tidak signifikan. Begitu pula untuk variabel terpaan media sosial Instagram Scarlett Whitening dengan sikap konsumen dalam menggunakan produk Scarlett Whitening mempunyai nilai signifikansi  $0,116 \geq 0,05$ . Oleh karena itu, untuk peneliti di masa mendatang yang akan meneliti dengan variabel serupa, disarankan untuk mencari variabel lain yang berkaitan dengan sikap konsumen seperti word of mouth, citra merek, tingkat kepercayaan, dan persepsi resiko.

**Kata kunci : Terpaan Isu, Terpaan Media Sosial, Sikap Konsumen**

## ABSTRACT

## **Connection of Exposure About Issues of Scarlett Whitening Counterfeit Product and Instagram Social Media Exposure Scarlett Whitening in the Manner of Consumer Attitude in Engage Scarlett Whitening Product**

---

The attitude of consumers in using or consuming a product is formed from various factors that exist within them, for example, the strong experience that a person has and social media. In this regard, the Scarlett Whitening brand has problems with the issue of counterfeit products circulating in Lazada e-commerce and is feared to have an impact on consumer attitudes themselves. But the good news is that the Scarlett Whitening brand itself provides a solution to this problem by providing a barcode that can be checked on the official Scarlett Whitening website. This strategy is also promoted by the Scarlett Whitening brand through their Instagram social media. This study aims to determine the relationship between exposure to the issue of Scarlett Whitening's counterfeit products and exposure to Scarlett Whitening's Instagram social media with consumer attitudes in using Scarlett Whitening products, using the Cognitive Response Theory and Individual Difference Theory.

Based on the results of this study using Kendall's Tau-b analysis and having a sample of 50 respondents, it is known that there is no relationship between each of the variables studied. The variable exposure to the issue of Scarlett Whitening counterfeit products and consumer attitudes in using Scarlett Whitening products has a value of  $0.063 \geq 0.05$  and is proven to be insignificant. Likewise for the Scarlett Whitening Instagram social media exposure variable with consumer attitudes in using Scarlett Whitening products, it has a significance value of  $0.116 \geq 0.05$ . Therefore, for future researchers who will conduct research with similar variables, it is advisable to look for other variables related to consumer attitudes such as word of mouth, brand image, level of trust, and perceived risk.

**Keywords: Exposure to Issues, Social Media Exposure, Consumer Attitudes**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kasih dan anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dan Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening dengan sebaik-baiknya.

Ucapan syukur sebesar-besarnya pula saya berikan kepada almarhum ayah dan unda selaku orangtua yang telah memberikan setiap hal terbaik yang dibutuhkan sedari kecil sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Tidak lupa kepada kakak kakak saya yang selalu memberikan dukungan terbaiknya dalam banyak hal sehingga saya tidak menyerah dalam menyelesaikan tanggung jawab saya sebagai mahasiswa. Ucapan terima kasih juga saya haturkan kepada dosen pembimbing saya Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si. , terima kasih karena sudah membimbing saya dalam penulisan skripsi ini. Terakhir saya ucapkan terima kasih juga kepada teman-teman Kedubes (Kedutaan Bestie), Famili, The Adaqa, Gabby, Gita, Pungkas, dan Aldy yang selalu ada dan mau disulitkan dalam setiap keadaan.

Penelitian ini didasari karena adanya produk-produk palsu dari Scarlett Whitening yang kerap ditemui di e-commerce Lazada. Hal tersebut dikhawatirkan membuat sikap konsumen berubah dalam menggunakan produk-produk Scarlett Whitening, meskipun di akun Instagram resmi Scarlett Whitening sendiri sering mengingatkan konsumen untuk berhati-hati dalam membeli produk serta selalu

mengecek keaslian produk yang mereka beli. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan mengenai hal-hal tersebut.

Skripsi ini terdiri dari 5 bab. Bab pertama berisikan pendahuluan untuk penelitian, bab kedua berisi gambaran umum penelitian, bab ketiga berisi hasil tabel dari kuesioner yang sudah dibuat, bab keempat berisi pembahasan mengenai hasil penelitian, dan bab kelima berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Penelitian menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu Penulis terbuka atas segala bentuk kritik dan masukan yang membangun dengan tujuan kemajuan Bersama dan kepentingan baik institusi Pendidikan. Besar harapan peneliti bahwa penelitian ini mampu menjadi pedoman dan berguna bagi masyarakat dan instansi yang terkait.

Semarang, 10 April 2023

Radinda N Harahap



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	2
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	3
<b>MOTTO</b> .....	4
<b>ABSTRAK</b> .....	5
<b>ABSTRACT</b> .....	5
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	7
<b>DAFTAR ISI</b> .....	9
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	14
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	15
<b>BAB I</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Signifikasi Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Akademis / Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.3 Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.5 Kerangka Teori</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 State of The Art .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1.5.3	Terpaan Isu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4	Terpaan Media Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.5	Sikap.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.6	Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen Dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.7	Hubungan Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen Dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6	<b>Hipotesis</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7	<b>Definisi Konseptual</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.1	Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.2	Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7.3	Sikap Konsumen Dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8	<b>Definisi Operasional</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8.1	Terpaan Isu Produk Palsu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8.2	Terpaan Media Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.8.3	Sikap.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>1.9</b>	<b>Metode Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.1	Tipe Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2	Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2.1	Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2.2	Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3	Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3.1	Data Primer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.3.2	Data Sekunder.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.4	Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5	Teknik Pengolahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5.1	Editing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5.2	Coding.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.5.3	Tabulasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.6.1	Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.6.2	Uji Realibilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.9.7	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1	Produk Palsu Brand Scarlett Whitening .....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Sosial Media Instagram dan Manfaatnya Untuk Brand Scarlett Whitening .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB III.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TEMUAN PENELITIAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Terpaan Isu .....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Terpaan Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Sikap Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HUBUNGAN TERPAAN ISU PRODUK PALSU SCARLETT WHITENING DAN TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SCARLETT WHITENING DENGAN SIKAP KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK SCARLETT WHITENING .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Analisis Kendall's Tau-B Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Hubungan Antara Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening	Error! Bookmark not defined.

4.1.3 Hubungan Antara Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening

**Error! Bookmark not defined.**

**4.2 Pembahasan .....Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Hubungan Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

4.2.2 Hubungan Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening dengan Sikap Konsumen dalam Menggunakan Produk Scarlett Whitening

**Error! Bookmark not defined.**

**BAB V.....Error! Bookmark not defined.**

**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.**

**LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR TABEL**

**Tabel 1. 1** Hasil Uji Hipotesis Variabel .....**Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 1. 2** Hasil Uji Hipotesis Variabel .....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 1. 1** Foto Produk Scarlett Whitening .....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 1. 2** Profil Akun Instagram Official Scarlett Whitening ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 1. 3** Kolom Komentar Akun Instagram Official Scarlett Whitening  
.....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 1. 4** Review Konsumen Tentang Produk Palsu Scarlett Whitening **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 1. 5** Highlight “Cek Keaslian” dari akun Instagram resmi Scarlett  
Whitening (Sumber: Instagram, 2022).....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 1** Diagram Persetujuan Responden Tentang Seberapa Sering **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 2** Diagram Persetujuan Responden Tentang Mengetahui ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 3** Diagram Persetujuan Responden Tentang Alasan **Error! Bookmark**

**not defined.**

**Gambar 3. 4** Diagram Persetujuan Responden Tentang Mengetahui Produk

.....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 5** Diagram Persetujuan Tentang Respon Responden Bahwa ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 6** Variasi Nilai Terpaan Isu Produk Palsu Scarlett Whitening .... **Error!**

**Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 7** Diagram Persetujuan Responden Tentang Keseringan Responden

Melihat Ataupun Membaca Story Instagram Scarlett Whitening yang Berisi

Tentang Informasi Adanya Produk Palsu .....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 8** Diagram Persetujuan Responden Tentang Menghabiskan Waktu

Lama Untuk Membaca Isi Story Instagram Scarlett Whitening yang Berisi

Informasi Produk Palsu .....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 9** Diagram Persetujuan Responden Tentang Rutinitas Mengecek

Keaslian Produk .....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 10** Diagram Persetujuan Responden Tentang Pengetahuan Website

Resmi Scarlett Whitening Untuk Mengecek Keaslian Produk ... **Error! Bookmark**

**not defined.**



**Gambar 3. 11** Diagram Persetujuan Tentang Responden Menjadi Lebih Berhati-hati dalam Membeli Produk Scarlett Whitening....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 12** Variasi Nilai Terpaan Media Sosial Instagram Scarlett Whitening .....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 13** Diagram Persetujuan Responden Tentang Seberapa Penting Produk Scarlett Whitening Bagi Kebutuhan Sehari-hari....**Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 14** Diagram Persetujuan Tentang Kepuasan Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 15** Diagram Persetujuan Tentang Keimpulsifan Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 16** Diagram Persetujuan Tentang Responden Sangat Suka ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 17** Diagram Persetujuan Tentang Kesetiaan Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 18** Diagram Persetujuan Tentang Sikap Responden Kepada ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 19** Diagram Persetujuan Responden Tentang Sikap Responden Kepada Brand Scarlett Whitening Dikarenakan Situasi yang Terjadi ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Gambar 3. 20** Variasi Nilai Sikap Konsumen dalam ..... **Error! Bookmark not defined.**

