

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TIKTOK @DR RICHARD LEE DAN
KREDIBILITAS DOKTER RICHARD LEE TERHADAP *BRAND EQUITY*
PRODUK *SKINCARE* ATHENA**

SKRIPSI



Disusun Oleh

Satria Henky Miranda

18.96.0573

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TIKTOK @DR RICHARD LEE DAN
KREDIBILITAS DOKTER RICHARD LEE TERHADAP *BRAND EQUITY*
PRODUK *SKINCARE* ATHENA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

Satria Henky Miranda

18.96.0573

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS KONTEN TIKTOK @DR RICHARD LEE DAN
KREDIBILITAS DOKTER RICHARD LEE TERHADAP *BRAND EQUITY*
PRODUK *SKINCARE* ATHENA**

yang disusun dan diajukan oleh

Satria Henky Miranda
18.96.0573

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 juni 2023

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK. 190302475

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS KONTEN TIKTOK @DR RICHARD LEE DAN KREDIBILITAS DOKTER RICHARD LEE TERHADAP *BRAND EQUITY* PRODUK *SKINCARE* ATENA

yang disusun dan diajukan oleh

Satria Henky Miranda

18.96.0573

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Angga Intueri Mahendra Purbakusuma, M.I.Kom

NIK. 190302339

Rosyidah Javanti Vijaya, SE, M.Hum

NIK. 190302266

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 4 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Satria Henky Miranda
NIM : 18.96.0573
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ekonomi
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 21 Juni 2023

Yang Memberikan Pernyataan

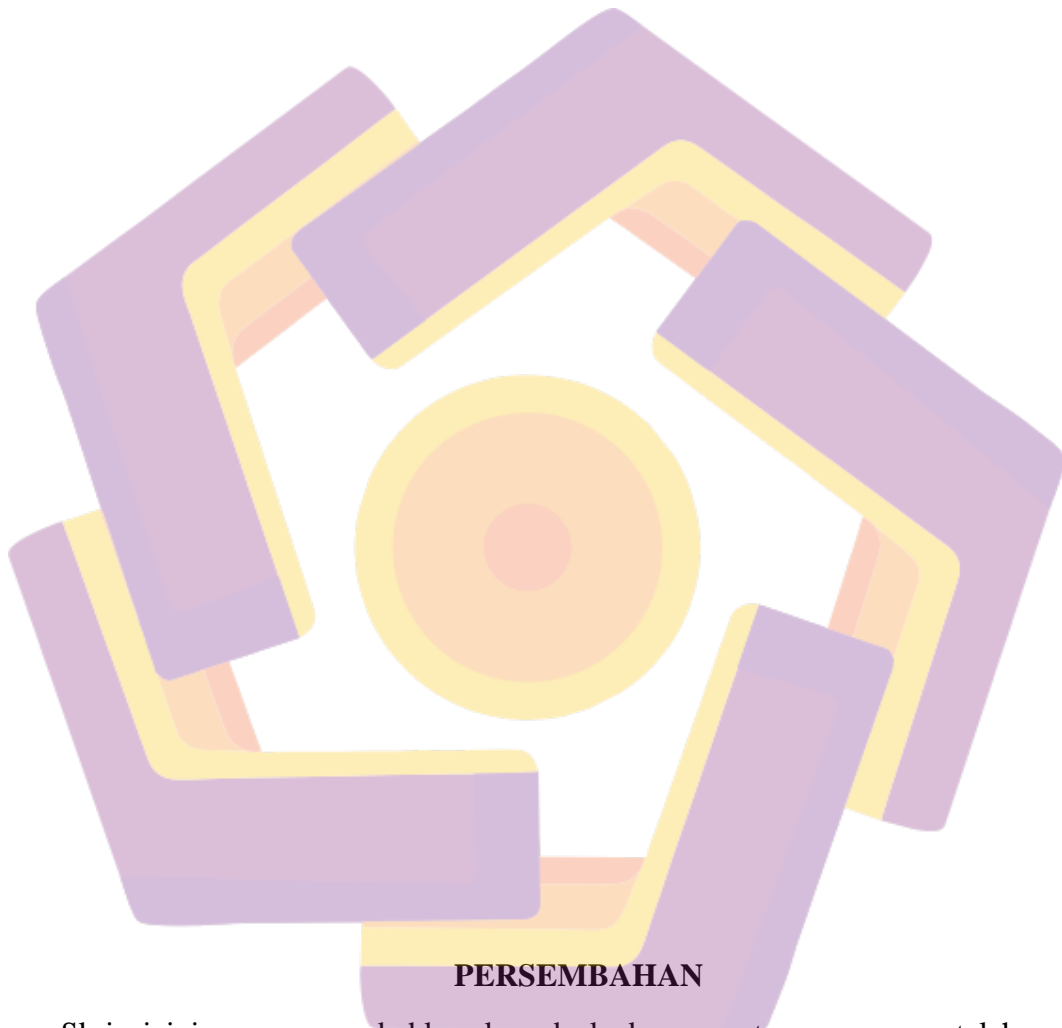


Satria Henky Miranda

NIM 18.96.0573

MOTO

Tidak ada orang yang gagal, kecuali dia tidak berusaha



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua saya yang telah memberikan dukungan, motivasi serta kasih sayang kepada saya tanda hentinya. Kemudian skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah melewati proses panjang yang sampai sekarang saya pun tidak menyangka bisa berproses sampai sejauh ini.

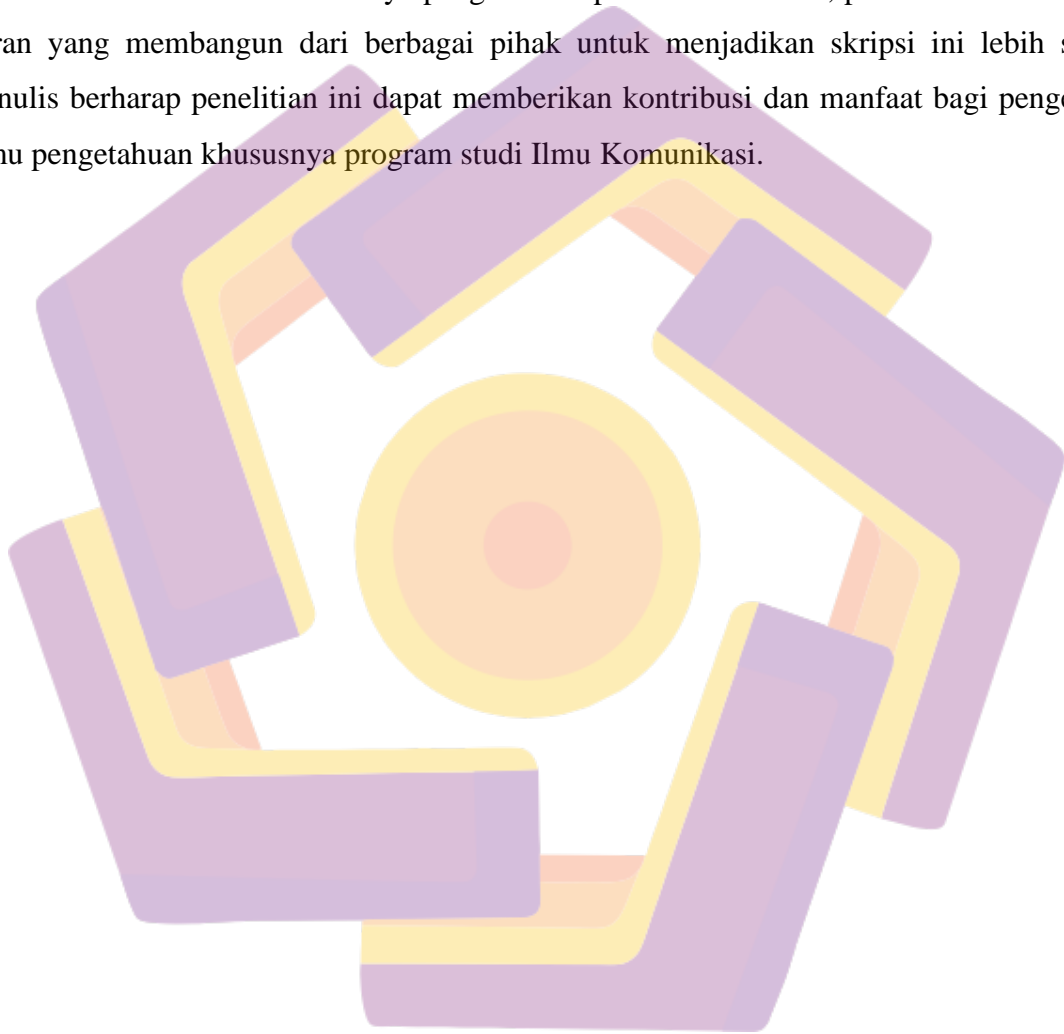
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Kualitas Konten TikTok @Dr. Richard Lee dan Kredibilitas Dr. Richard Lee terhadap Brand Equity Produk Skincare Athena”** ini bisa selesai tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis sangat menyadari bawasanya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-sebesar nya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Erik Hadi Saputra S.Kom, M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Riski Damastuti, M.A selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh staff dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Ma'it dan Ibu Nurhaida, yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, nasihat, serta atas kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
7. Kakak, kakak ipar dan keponakan penulis, Senja Silvia Miranda, Deriza Fermiawan dan Samara Nalam Waiya Fermiawan, yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Rosiana Desmayanti, yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.
9. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 03 atas kebersamaan, perjuangan dan pengalaman selama berkuliah di universitas Amikom Yogyakarta.

10. Teman-teman yang telah membantu dan berjuang bersama selama menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah ikhlas membantu dan memberikan motivasi sehingga dapat terselesaikan nya skripsi ini.
11. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan dan minimnya pengetahuan penulis. Untuk itu, penulis meminta kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menjadikan skripsi ini lebih sempurna. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya program studi Ilmu Komunikasi.



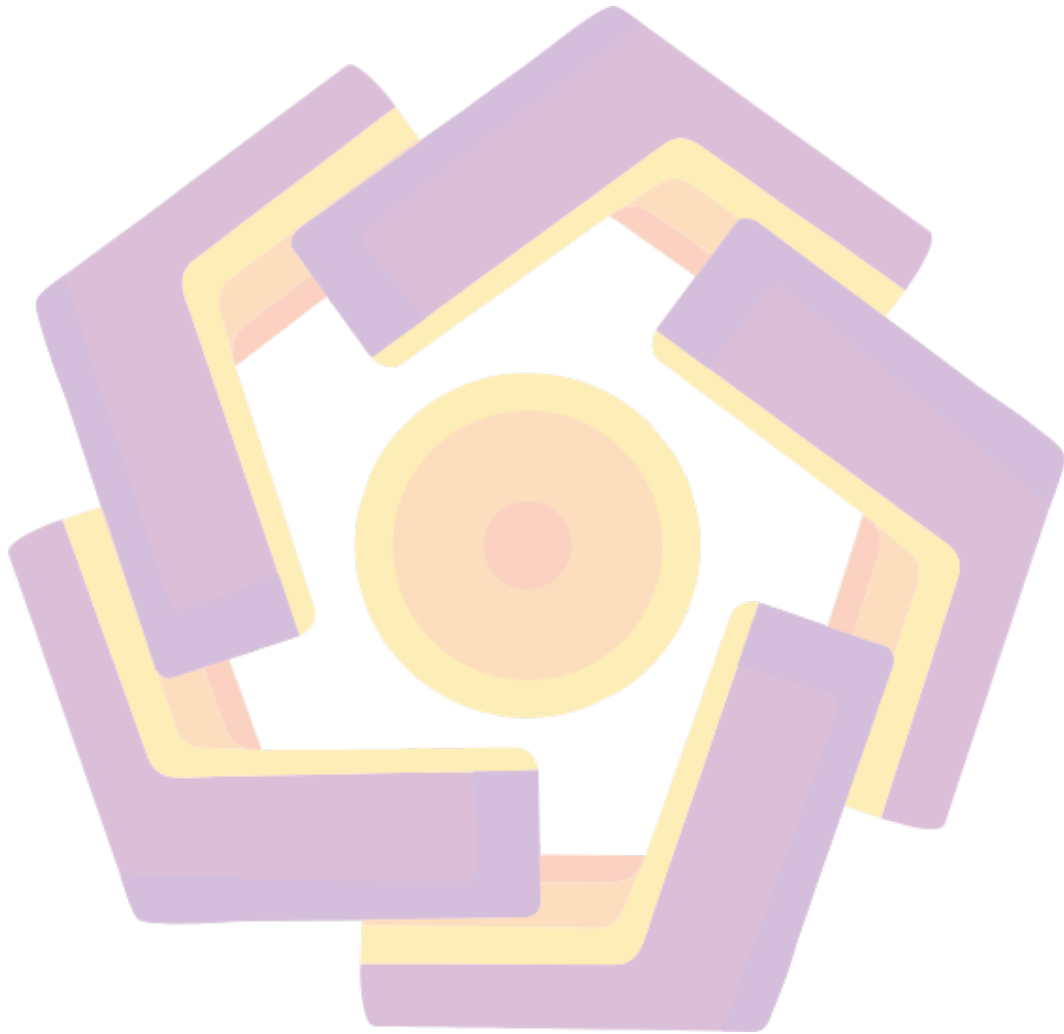
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTO.....	iv
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN	8
1.5 SISTEMATIKA BAB	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	10
2.1.2 Kualitas Konten	13
2.1.3 TikTok (Dr. Richard Lee).....	16
2.1.4 Kredibilitas Komunikator (Dr. Richard Lee)	19
2.1.5 Brand Equity	24
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Konten Tiktok dan Brand Equity.....	31
2.3.2 Hubungan Antara Variabel Kredibilitas Dr Richard Lee dan Brand Equity.....	32
2.3.3 Hubungan Antara Variabel Kualitas Konten dan Kredibilitas Dr Richard Lee Terhadap Brand Equity	33
2.4 Model Hubungan Antar Variabel	34
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35

3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Variabel Penelitian	35
3.2.1 Variabel independen.....	36
3.2.2 Variabel Dependen	37
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Sumber Data	40
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Definisi Operasional	41
3.7 Metode Pengukuran Data	44
3.8 Instrumen Penelitian	45
3.9 Teknik Analisis Data	46
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Athena	53
4.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.3 Hasil Uji Validitas.....	55
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.5 Analisis Statistik Deskriptif	56
4.6 Hasil Uji Prasyarat Analisis.....	64
4.7 Analisis Data	68
4.8 Pembahasan	71
BAB V	74
PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan penelitian	75
5.3 Saran	75
Daftar Pustaka	77
Link.....	81
Lampiran.....	82

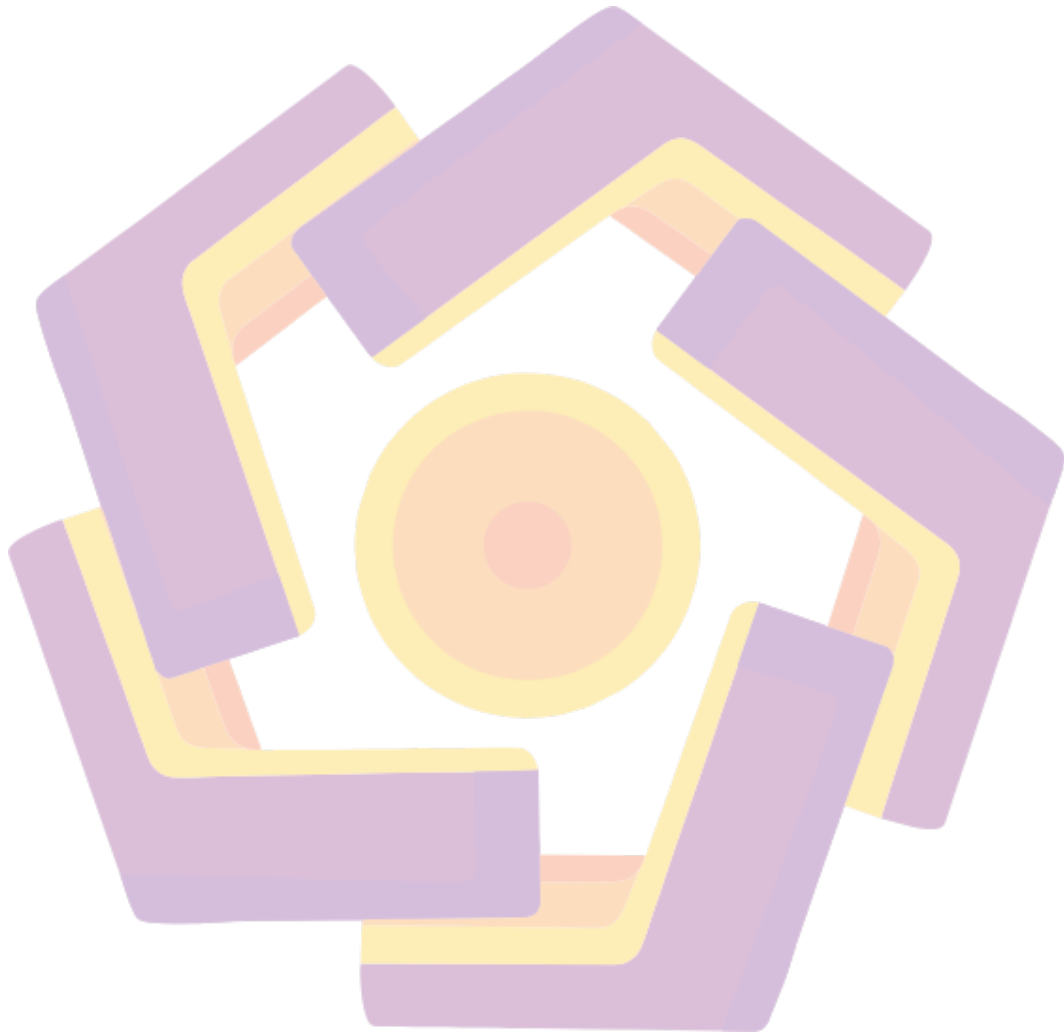
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Jumlah pengguna aplikasi Tiktok dunia2



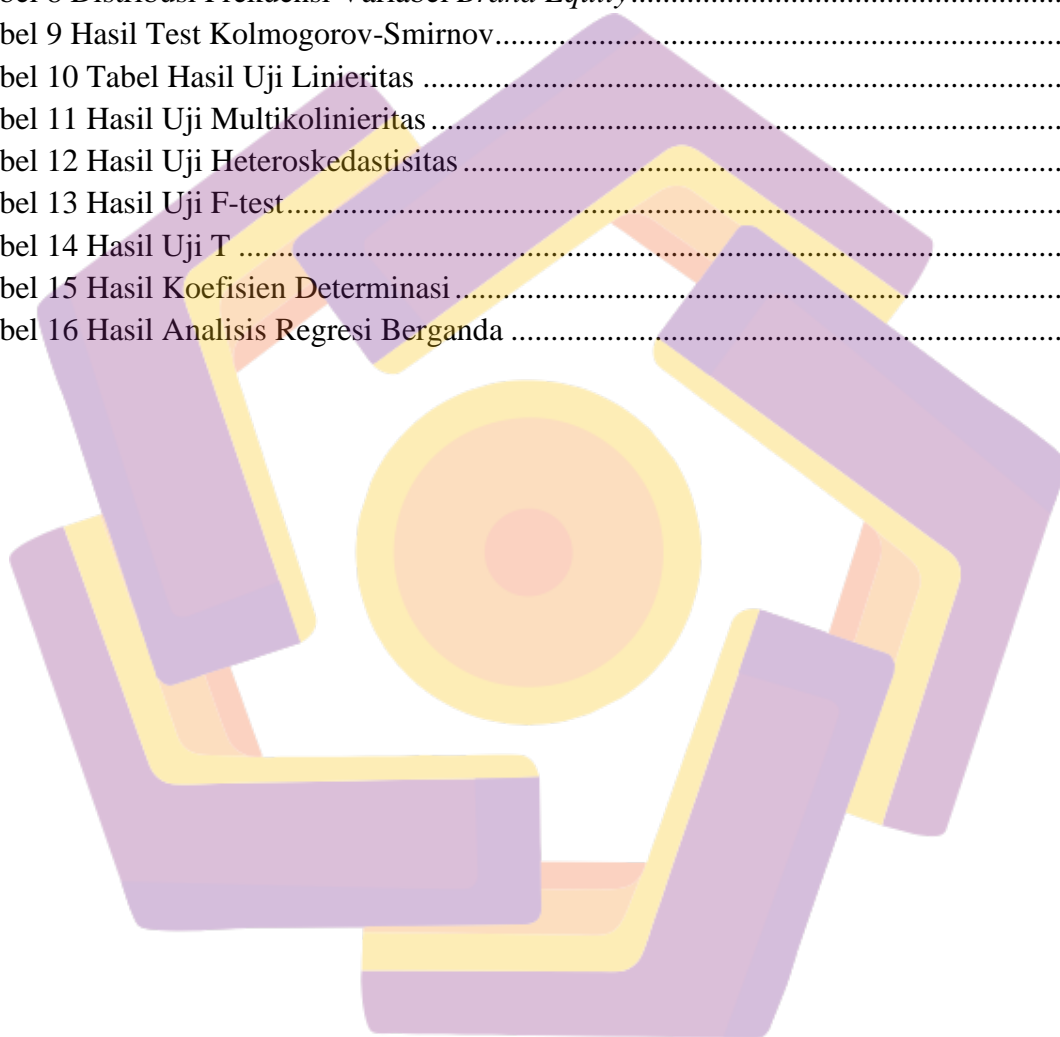
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dr. Richard Lee memenangkan gugatan.....	5
Gambar 2 Penghargaan Yang Diperoleh Dr Richard Lee	5
Gambar 3 Penghargaan <i>skincare</i> Athena.....	7
Gambar 4 Logo Tiktok.....	16
Gambar 5 Akun Tiktok Dr Richard Lee	18
Gambar 6 Model Hubungan Antar Variabel.....	34
Gambar 7 Followers Akun Tiktok @Dr Richrad Lee.....	38



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2 Definisi Operasional	41
Tabel 3 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas	56
Tabel 5 Kriteria Interpretasi Skore	57
Tabel 6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Konten	57
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Kredibilitas</i>	60
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Equity</i>	62
Tabel 9 Hasil Test Kolmogorov-Smirnov	65
Tabel 10 Tabel Hasil Uji Linieritas	65
Tabel 11 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 13 Hasil Uji F-test	68
Tabel 14 Hasil Uji T	69
Tabel 15 Hasil Koefisien Determinasi	69
Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Berganda	70



ABSTRAK

Perkembangan teknologi media sosial yang saat ini sangat terkenal baik didunia maupun di indonesia adalah tiktok. Tiktok merupakan aplikasi untuk membagikan video yang beragam yang membuat penggunanya melakukan banyak hal salah satunya seperti dalam hal pemberian edukasi terkait permasalahan tertentu. Tiktok menghadirkan konten video yang bersifat edukasi yang bermanfaat dan menguntungkan seperti konten edukasi. Konten edukasi yang bermanfaat salahsatunya yaitu edukasi terkait *skincare*. Tetapi pada kenyataanya informasi yang diberikan tidak semua terbukti kebenarannya. Oleh karena itu pentingnya Kualitas konten dan *kredibilitasn* agar masyarakat mendapatkan edukasi yang akurat dan diberikan oleh pakar dalam bidangnya. Dr Richard Lee sebagai kreator konten dokter dan juga pemilik klinik kecantikan bernama athena yang sering membagikan informasi-informasi terkait dengan edukasi *skincare*. Dengan kualitas konten dan *kredibilitas* yang dimiliki Dr Richard Lee ini dapat meningkatkan nilai tambah dari produk Dr Richard Lee sendiri yaitu Athena.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuisioner. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa variabel kualitas konten terhadap variabel *brand equity* dari hasil uji, diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.687 < 1.984$) dengan signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.095 > 0.05$) menunjukkan bahwa variabel kualitas konten (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *brand equity* (Y). Kemudian Variabel *kredibilitas* terhadap *brand equity* dihitung dari hasil uji diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.725 > 1.984$) dengan signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) sehingga penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel *kredibilitas* terhadap variabel *brand equity*. Kemudian kesimpulan yang ketiga yaitu Pengaruh kualitas konten dan *brand equity* dari hasil pengujian diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 52.809 dan f_{tabel} sebesar 3,09 dengan signifikansi sebesar 0.000. Oleh karena ($52.809 > 3.09$) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga penelitian ini membuktikan bawasanya kualitas konten dan kredibilitas berpengaruh positif terhadap *brand equity*. Pada uji R^2 sebesar 0.521 Hal ini menunjukkan bahwa *brand equity* dipengaruhi oleh variabel kualitas konten dan *kredibilitas* sebesar 52,1%. Sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas konten dan *kredibilitas* berpengaruh positif terhadap *brand equity* Prodak *skincare* Athena.

Kata Kunci : Kualitas Konten Tiktok, Kredibilitas Dr Richard Lee, Brand Equity, Athena

ABSTRAK

The development of social media technology which is currently very well known both in the world and in Indonesia is Tiktok. Tiktok is an application for sharing various videos that makes its users do many things, one of which is providing education regarding certain issues. Tiktok provides useful and profitable educational video content such as educational content. One of the useful educational content is education related to skin care. However, it turns out that not all of the information provided is proven to be true. Therefore the importance of the quality and credibility of the content so that people get accurate education and is given by experts in their fields. Dr. Richard Lee is a doctor content creator and also the owner of a beauty clinic called Athena who often shares information related to skin care education. With the quality of the content and credibility that Dr. Richard Lee, can increase the added value of Dr.'s products. Richard Lee himself was Athena.

Researchers used quantitative research methods, using data collection techniques in the form of questionnaires. The results of this study are the variable quality of content on the brand equity variable from the test results obtained $t_{\text{count}} < t_{\text{table}}$ ($1.687 < 1.984$) with a significance greater than 0.05 ($0.095 > 0.05$) which indicates that the variable quality of content (X1) has no significant effect to brand equity variable (Y). Then the credibility variable for brand equity is calculated from the test results obtained $t_{\text{count}} < t_{\text{table}}$ ($3.725 > 1.984$) with a significance less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) so that this study succeeded in proving the effect of the credibility variable on brand equity variables. Then the third conclusion, namely the influence of content quality and brand equity, from the test results obtained an f_{count} value of 52.809 and f_{table} of 3.09 with a significance of 0.000. Because ($52.809 > 3.09$) with a significance value of $0.000 < 0.05$, this study proves that content quality and credibility have a positive effect on brand equity. In the R^2 test, the result is 0.521. This shows that brand equity is influenced by the variable quality of content and credibility by 52.1%. While the remaining 47.9% is influenced by other factors not included in this study, it can be concluded that content quality and credibility have a positive effect on Prodak skincare Athena's brand equity.

Keywords: Tiktok Content Quality, Dr. Richard Lee's Credibility, Brand Equity, Athena