

**EKSISTENSI INFLUENCER TASYA FARASYA DALAM
MENEGUHKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

SKINCARE DI TIKTOK

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi*

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Diajukan Oleh :

Nama : Dinda Maharani

NIM/NPM : 71200612025

Progam Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA MEDAN**

2024

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

HALAMAN PERSETUJUAN SKIRIPSI

**Judul : Eksistensi Tasya Farasya Dalam Meneguhkan Keputusan Pembelian
Produk Skincare Di Tiktok**

Nama : Dinda Maharani
NIM/NPM : 71200612025
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Junedi Singarimbun, S.Sos, M.Si)

(Febry Ichwan Butsi. S.Sos.M.A)

Diketahui Oleh:
KETUA PROGRAM STUDI

Disetujui
DEKAN

(Febry Ichwan Butsi S.Sos. M.A)

(Ridwan Nasution, S.Sos, M.Ikom.I)

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Sumatera Utara

Hari :
Tanggal :
Jam :
Tempat : Ruang Sidang FISIP – UISU Medan

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Ketua : ()
Sekretaris : ()
Pembimbing I : ()
Pembimbing II : ()
Penguji I : ()
Penguji II : ()

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Maharani

NPM : 71200612025

Mahasiswa Prodi : Ilmu Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

**Eksistensi Influencer Tasya Farasya Dalam Meneguhkan Keputusan
Pembelian Produk Skincare Di Tiktok**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, Juni 2024

(Dinda Maharani)

NPM : 71200612025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Eksistensi Influencer Tasya Farasya Dalam Meneguhkan Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Tiktok ” yang merupakan tugas akhir dalam memperoleh gelar S.I.KOM di Universitas Islam Sumatera Utara. Tak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarganya, serta sahabatnya. Semoga kita semua mendapat syafaat dan petunjuk hingga hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan. Namun berkat dukungan, motivasi, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya Kepada:

1.mama

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKIRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
URAIAN TEORITIS	6
KOMUNIKASI.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Komunikasi	6
2. Fungsi Komunikasi	7
3. Tujuan Komunikasi	7
4. Unsur Unsur Komunikasi.....	8
5. Bentuk- Bentuk Komunikasi	9
Komunikasi Pemasaran	11
1. Definisi Komunikasi Pemasaran	11
2. Definisi Pemasaran Influencer	12
3. Keputusan Pembelian	13
4. Pemasaran Influencer di Dunia Kecantikan.....	14
5. Niat Pembelian	15
1. Definisi Niat Pembelian	15
2. Konsep Niat Pembelian	15
3. Tahap proses keputusan pembelian	16
Sikap.....	18

1. Definisi Sikap	18
2. Tri-component attitude model	19
3. Model Sikap	20
Bauran Komunikasi Pemasaran	22
Promosi Penjualan	24
1. Pengertian Promosi Penjualan	24
2. Tujuan Promosi Penjualan	25
3. Alat-alat Promosi Penjualan	26
4. Tiktok	27
5. Keputusan Pembelian	30
2.1 Teori Penelitian	32
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Berpikir	41
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Tempat Dan Waktu	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Teknik Analisa Data	47
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pembahasan	58
Berdasarkan Hasil Observasi Dan Wawancara Terhadap Informan	58
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Deddy Muliana, M.A., Ph.D. 2016. Ilmu Komunikasi. Suatu Pengantar Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.*
- Deddy Muliana. 2010. Pengantar Komunikasi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.*
- Deddy Mulyana. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.*
- Effendy, Onong uchjana 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya bakti.*
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti*
- Sugiono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung : Alfabeta.*
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. 2015. Metode Penelitian Kualitatif & Grounded Theory.*
- Sugiono. 2022. Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D .Bandung Alfabeta.*
- Herdiansyah, Haris. 2010. Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta : Salemba Humanika.*
- Machali, Imam. 2016. Statistik Manajemen Pendidikan Teori dan Praktik Statistik dalam Bidang Pendidikan, Penelitian, Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu-ilmu Lainnya. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.*
- Mulyana, Deddy. 2014 Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.*
- Onong Uchjana Effendy, 2004 Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,)*
- Roem, Elva Ronaning dan Sarmiati. 2019. Komunikasi Interpersonal. IRDH. Malang.*
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.*

Setiawan, J., & Anggito, A. 2018. Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak Publisher.

Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

B. Sumber Jurnal

Erica Gabriela Kusuma,A. Y.Agung Nugroho,”Analisis Pengaruh source credibility dan endorser nationalilty terhadap minat beli produk maybelline”
Jurnal Transaksi Vol. 13, No. 2 ISSN 1979-990X Desember 2021

Ginanjari Rahmawan, Rizki Hidayat, “Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia”:*Jurnal Manajemen. Vol 12, No 2 (2020)*

Wayan Eka Puspita Sari , Ni Made Suci 2022 “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee” *Vol 5, Issue 2, 2022.*

Muhammad Zaki Rosyadi Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern *Jurnal Manajemen dan Inovasi(Manova) Volume I Nomor 2,2018.*

Sains Manajemen: *Jurnal Manajemen Unsera Volume. 9 No. 2 Tahun. 2023 E - ISSN: 2443 -064 56 Peran Beauty Influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z.*

Pengaruh sikap pada beauty influencer dan sikap merek terhadap niat pembelian (studi pada titan tyra dan produk secondate).

Jurnal Riset Bisnis Vol 5 (1) (Oktober 2021) hal: 57 – 73 Analisis pemilihan social media influencer pada instagram terhadap perilaku konsumen (Studi kualitatif pada generasi Y dan generasi Z di Bandung).

Laras satika sekar, (2019) Skripsi Universitas Katolik Parahyangan.”Analisis alasan pemilihan social media influencer dalam mendukung promosi Wonderful Indonesia.”

Anggita Perdami Ikayanti (2020) Skripsi”Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram pada Pemasaran Pariwisata (Studi Kasus Explore Nusa Penida)”

Sari Anjani dan Irwansyah, *Jurnal, Universitas Pelita harapan dan Universitas Indonesia, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram"*, 2020.

Sari Anjani, Irwansyah Irwansyah, *Peranan Influencer dalam mengkomunikasikan pesan di media sosial Instagram [the role of social media influencer in communicating messages using instagram]. Vol 16, No 2 (2020)*

Viona Amelia, Danang Prasetyo, "Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, & Environment) terhadap Objek Wisata sebagai Wujud Pemenuhan Hak Wisatawan" *Jurnal pariwisata dan perhotelan Vol 5, Issue 2, 2022*

Sinaga, Rumondang Eliza Maria dan Kusumawati, Andriani. 2018. Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Aministrasi Bisnis (JAB). Vol. 63 No. 1: 187-196.*

C. Sumber Website

<https://fisip.umsu.ac.id/pengertian-komunikasi-dan-unsur-unsurnya/>

Lutfi Basit Dosen, Fungsi Komunikasi, n.d., <https://id.wikipedia.org>.

<https://www.lspr.ac.id/apa-itu-marketing-communication/>

LAMPIRAN

Hasil Wawancara

A. Responden Pertama Saudari Putri Idah Permata Sari Mahasiswa Fisip Prodi Ilmu Komunikasi Stambuk 2020 yang mengikuti influencer Tasya farasya.

1. Apakah saudara/i tau tasya farasya?Tau,dia merupakan vloger kecantikan bahkan dia telah mengeluarkan produk atau brend sendiri.

2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Dari tiktok

3. Dimana saudara/i melihatnya ? media sosial

4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya?tertarik,karena cantik dan saya suka konten make upnya.

5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya?sering,dan terakhir melihat konten make up asoka.

6. Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui? saya cuman tau konten make up dan selalu lewat fyp saya.
7. Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya? pernah, saya pernah membeli produk skincare yang direkomendasikan oleh tasya farasya yaitu something calemdown, jadi dia merekomendasikan itu untuk kulit yang beruntusan bagus memakai mousteraizer tersebut. dan bahwa saya sudah refiel 3x.
8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya? Cara dia menjelaskan efek kandungan skincare dan kecantikannya.
9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui? hanya tasya farasya.
10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan? dengan kejelasan produk, dan berkali kali melihat ulasan positif dan saya sudah mencoba bekal kali.
11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok didiri kamu? Mencoba dan tergantung kebutuhan kalau cocok saya akan membeli kembali.
12. Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk di tasya farasya? saya melihat ulasan produknya, di berbagai komen atau ulasan di media lain. misalnya seperti cosion . dia bakalan bilang kelebihan dan kekurangan produk itu apa.
13. apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain? tasya farasya selalu jujur tentang apapun yang direkomendasikannya seperti make up dan lain lain. dan kalau influencer lain karena mungkin dibayar sama brand A cuman menjelaskan baik dari penggunaan skinare terebut.
14. apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare? Sangat membantu dengan kemudahan mengetahui komposisi skincare tanpa harus mencoba terlebih dahulu.

B. Responden Kedua Saudara Aliffurahman Mahasiswa Fisip Ilmu Komunikasi Stambuk 2020 merupakan pengikut media social tiktok tasya farasya.

1. Apakah saudara/i tau tasya farasya? Iya saya tau
2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Media sosial
3. Dimana saudara/i melihatnya ? di tiktok sih
4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya? Kalau ditanya tertarik mungkin dari cara dia mempromosikan skincarenya ya,dan juga skincare bukan untuk perempuan aja tapi laki laki juga bisa.
5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya? Mungkin bisa 3x saya melihat konten tasya farasya di fyp tiktok
- 6.Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui? Ya mungkin tentang keluarga,rekomendasi skincare dan lain lain.
- 7.Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya? Pernah seperti sabun muka yang direkomendasikannya untuk laki laki
8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya? Kejujurannya dalam prekomendasiannya
9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui?tidak ada karena saya juga gak terlalu focus dalam hal skincare
10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan? Banyak promo dan banyak yang trend
11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok didiri kamu? Terutama saya mencoba dulu
- 12.Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk ditasya farasya? Karena suatu rekomendasi dari adek saya juga salah satunya
- 13.apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain? Ya mungkin dari penilaian penjualannya ya,dari komen komentarnya juga selalu positif.

14.apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare? Membantu

C. Informan Ketiga Saydari Siti Aisyah Mahasiswa Fisip Uisu Ilmu Komunikasi Stambuk 2020.

1. Apakah saudara/i tau tasya farasya? Tau
2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Media sosial
3. Dimana saudara/i melihatnya ? pertama infotainment lalu tiktok dan instagram
4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya? Saya tertarik
5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya? Gatau berapa kali tergantung dia buat konten dan lihat di fyp tiktok
6. Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui? dia suka spil skincare ,liburan dan konten make up
7. Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya? kalau beli gak pernah tapi ada beberapa rekomendasi yang dia sarankan saya beli
8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya? karena tasya farasya itu reviewny cukup jujur si maksudnya kalau dia bilang ada harga ada kualitas ya itu bener.
9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui? Cuman tasya farasya si,kek cuman hildakris tapi dia lebih ke konten make up
10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan? yang pertama tidak ada selain tasya kemudian tasya farasya approve dan diskon yang dapat meringankan kantong mahasiswa seperti snya
11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok didiri kamu? Saya melihat ulasan terlebih dahulu

12. Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk di tasya farasya? Karena ada barang ada kualitas seperti yang dikatakan tasya farasya

13. apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain? Kadang kalau tasya farasya apporeve itu ada diskon tertentu pakek kode dia gitu si dan dia juga sangat berpengaruh ya didalam konten kecantikan.

14. apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare? Jawabannya mencangkup dengan pertanyaan no 13.

D. Informan Ke empat Saudari Aulia Rizky Ramadhani Mahasiswa Fisip Uisu Ilmu Komunikasi Stambuk 2020.

1. Apakah saudara/i tau tasya farasya? Iya, Tau

2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Saya tau tasya farasya dari social media

3. Dimana saudara/i melihatnya ?saya melihat di instagram ,muncul di beranda

4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya?saya tertarik dengan tasya farasya

5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya?aku liat konten tasya farasya gak tau berapa kali

6. Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui?konten kayak vlog,make up,endors skincare

7. Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya?iya,aku pernah beli sunscreen di rekomen tasya farasya

8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya?aku tertark karena dia ngejelasin produk itu kayak betul betul bikin orang tergiur dan aku coba beli dan rupanya bagus.

9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui? kayak untuk sekarang belum ada yang buat aku yakin selain tasya farasya

10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan?

11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok didiri kamu? Pertama kubeli, kalau cocok bakalan terus dipakai tapi kalau enggak stop

12. Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk di tasya farasya? Udah banyak yang tau dan cukup lama tasya menjadi beauty influencer banyak orang.

13. apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain? tasya farasya itu ngejelasin atau merekomendasikannya itu jelas penyampaiannya

14. apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare? Sangat dibutuhkan untuk orang orang yang memakai skincare atau make up

E. Responden Kelima Neha Ruqayah Mahasiswa Fisip Uisu Jurusan ilmu komunikasi stambuk 2021.

1. Apakah saudara/i tau tasya farasya? Iya saya Tau tasya farasya

2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Tau awalnya dari instagram terus ke tiktok dan e youtube.

3. Dimana saudara/i melihatnya ? media sosial

4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya? Tertariklah tentu saja

5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya? sering sekalisih setiap hari mungkin

6. Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui? konten promosi seperti make up ,skincare

7. Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya? Pernah
 8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya? karena si tasya kalau mau promosi itu dia mencoba dulu, terus dijelasinnya itu isi skincare nya.
 9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui? Kayak dilla jaidi, clarissa putri
 10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan? karena si tasya ini kalau emang produk ini gak bagus dia gak bakalan ngestorykan produk itu, dia coba dan kalau cocok sama dia, dia bakalan posting itu.
 11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok didiri kamu? Itu tergantung kulit kita masing masing juga sih
 12. Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk di tasya farasya? karena dia udah dipercaya banyak orang ya, dan produk yang dia rekomendasikan itu banyak yang viral bagus dan dimana mana ada tulisan tasya farasya approve.
 13. apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain? yang membedakan itu ya itu dia mencoba terlebih dahulu tapi ketika itu gak bagus dia tidak akan ngestorykan ke penontonnya.
 14. apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare? Keberadaan dia sangat dibutuhkan dan mempermudah para wanita.
6. Responden Ke-enam Dina Pramudipta Mahasiswa Fisip Uisu Jurusan ilmu komunikasi stambuk 2021.
1. Apakah saudara/i tau tasya farasya? Tau
 2. Sebelumnya tau tasya farasya dari mana? Instagram, tiktok, twitter
 3. Dimana saudara/i melihatnya ? social media
 4. Apakah saudara/i tertarik dengan tasya farasya? tertarik

5. Berapa kali saudara/i Melihat konten tasya farasya?gak tentusi,asal setiap dia masukkan video lewat fypya saya lihat
- 6.Konten seperti apa yang sering diposting oleh tasya farasya yang kamu ketahui?seperti mempromosikan barang barang,tentang liburan,tentang keluarga.
- 7.Apakah saudara/i pernah membeli Skincare di Tasya Farasya?pernah,sabun arab
8. Apa yang bikin saudara/i tertarik untuk membeli produk skincare yang direkomendasikan tasya farasya?alasan saya tertarik membeli produk itu karena saya liat ulasan ulasan yang udah memakai itu,terus saya coba terus saya pakai untuk keseharian saya sampai sekarang.
9. Selain Beauty influencer, tasya farasya itu sebagai konten creator apa yang saudara/i ketahui?banyak sih,seperti jarna,nadia arsit
10. Apakah alasan saudara/i membeli produk skincare di tasya farasya ? Alasan?harganya terus ulasan positif yang terdapat di setiap konten miliknya.
11. Bagaimana cara saudara/i memastikan bahwa skincare tersebut cocok di diri kamu? Ya itu saya mencoba ternyata cocok saya akan memakainya di setiap harinya
- 12.Apa hal meyakinkan dirimu untuk membeli suatu produk di tasya farasya? Selain produk saya sudah lama mengikuti tasya dan sampai sekarang belum pernah mengecewakan.
- 13.apa yang membedakan promosi penjualan di tasya farasya dengan influencer lain?yang membedakannya kalau yang lain cuman mencoba aja dan gak dipakai routine sedangkan tasya farasya dia pakai itu berulang kali terus direkomendasikannya ,betul betul efek yang dirasannya dulu,baru direkomendasikannya ke orang orang.
- 14.apakah keberadaan influencer tasya farasya sangat membantu dalam pengenalan skincare?saya dibutuhkan menurut saya

Dokumentasi Wawancara

1. Informan 1 (satu) Putri.



2. Informan 2 (dua) Alif.



3. Informan 3 (tiga) Aisyah.



4. Informan 4 (Empat) Aulia.



5. Informan 5 (Lima) Neha.



6. Responden 6 (Enam) Dina.



