

## ABSTRAK

### **Pengaruh Video Review Skincare di TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Remaja (Studi Korelasi pada Akun TikTok Abel Soebono)**

Muhammad Fitraldi<sup>1)</sup>, Maya Rachmawaty<sup>2)</sup>, Nathaniel Antonio Parulian<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup>Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar, dimana pada era digital ini komunikasi pemasaran sudah banyak dilakukan melalui internet. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia turut diiringi dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial. TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sebagai media pemasaran digital. Hal ini dibuktikan dari banyaknya influencer yang memasarkan produk-produk seperti skincare pada TikTok. Skincare dengan nilai market share terlaris adalah brand Luxcrime. Dengan banyaknya influencer di TikTok membuat tren video review skincare sedang marak-maraknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari konten video review skincare terhadap minat beli konsumen remaja. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran, serta teori retorika visual dan the facet of effect model. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa video review skincare di TikTok memiliki hubungan dan pengaruh terhadap minat beli konsumen remaja sebesar 0,818. Berdasarkan hasil dari rumus koefisien determinasi, kontribusi yang diberikan melalui variabel video review skincare (X) terhadap minat beli konsumen remaja (Y) mendapatkan hasil angka sebesar 66,9% sedangkan 33,1% nya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang terdapat pada penelitian ini. Hipotesis pada penelitian ini bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang dihasilkan dari ulasan video review skincare terhadap minat beli remaja.

**Kata Kunci** : **Komunikasi Pemasaran, Video Review Skincare, TikTok, Luxcrime**

Pustaka : 38

Tahun Publikasi : 2011 – 2021