

**KONSTRUKSI PESAN PROMOSI KONTEN PRODUK
'CAMILLE' SKINCARE DALAM AKUN TIKTOK NADYA
SHAVIRA**



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2023

**CONSTRUCTION OF ‘CAMILLE’ SKINCARE PRODUCT
CONTENT PROMOTION MESSAGE IN NADYA SHAVIRA’S
TIKTOK ACCOUNT**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a bachelor's degree in
Communication Science



Compiled By:

YOLANDA PUTRI

190900122

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2023

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,


01310AKX599348398

(Yolanda Putri)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Yolanda Putri
NIM : 190900122
JUDUL : Konstruksi Pesan Promosi Konten 'Camille' Skincare
Dalam Akun Tiktok Nadya Shavira
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 12 Agustus 2023

Pembimbing II

Menyetujui,

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

(Sandra Olifia, M.SI)

Ketua Program Studi

Menyetujui,

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom).

(Drs. Solfen Rajagukguk, M.M)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yolanda Putri
Nim : 190900122
Judul : Konstruksi Pesan Promosi Konten 'Camille'
Skincare Dalam Akun Tiktok Nadya Shavira
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 22 Agustus 2023

Menyetujui

Ketua Penguji Sandra Olifia, M.Si
Anggota Penguji I Drs. Solten Rajagukguk, MM
Anggota Penguji II Helen Olivia, S.Ikom, M.Ikom



Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)



(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur Kepada Allah SWT Karena atas rahmat dan kasih sayang-Nya. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW karena telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaanhidup dunia dan akhirat, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Konstruksi Pesan Promosi Konten ‘Camille’ Skincare dalam akun TikTok” Nadya Shavira***.

Skripsi merupakan tugas akhir mahasiswa sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana ini, diharapkan mampu menjadi salah satu sumbangan penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi,

Kelancaran pembuatan laporan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak. Terima Kasih kepada Papa dan Mama tercinta atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulisselama penyusunan skripsi. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasihkepada:

1. Dr. Sihar PH Sitorus, B.S.B.A., M.B.A. selaku Rektor Universitas Satya NegaraIndonesia.
2. Bapak Drs. Solten Rajaguguk, M.M. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia (FISIP USNI).

3. Bapak Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.IKom yang penulis hormati selaku Ketua Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia
4. Ibu Sandra Olifia, M.Si. selaku dosen Pembimbing I terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, dan bimbingannya yang sangat berarti bagi penulis.
5. Ibu Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom selaku dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dalam proses penyusunan dalam tata penulisan dan terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, dan bimbingannya yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Keluarga besar FISIP USNI Kampus B yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.
8. Teman-teman yang selalu memberikan semangat agar saya bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Handoko Akbar Nugroho S.I,Kom & Noviana Qurnia Rizky S.I.Kom yang telah membantu dan memberi arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini
10. Daffa Pramudyaswardhana sebagai orang terdekat yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan Skripsi ini.

11. Ibu Yanti yang sudah memberikan kesempatan untuk peneliti menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis menyadari masih memiliki berbagai kekurangan tentunya dalam skripsi ini terdapat ketidak sempurnaan, maka dari itu peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya.

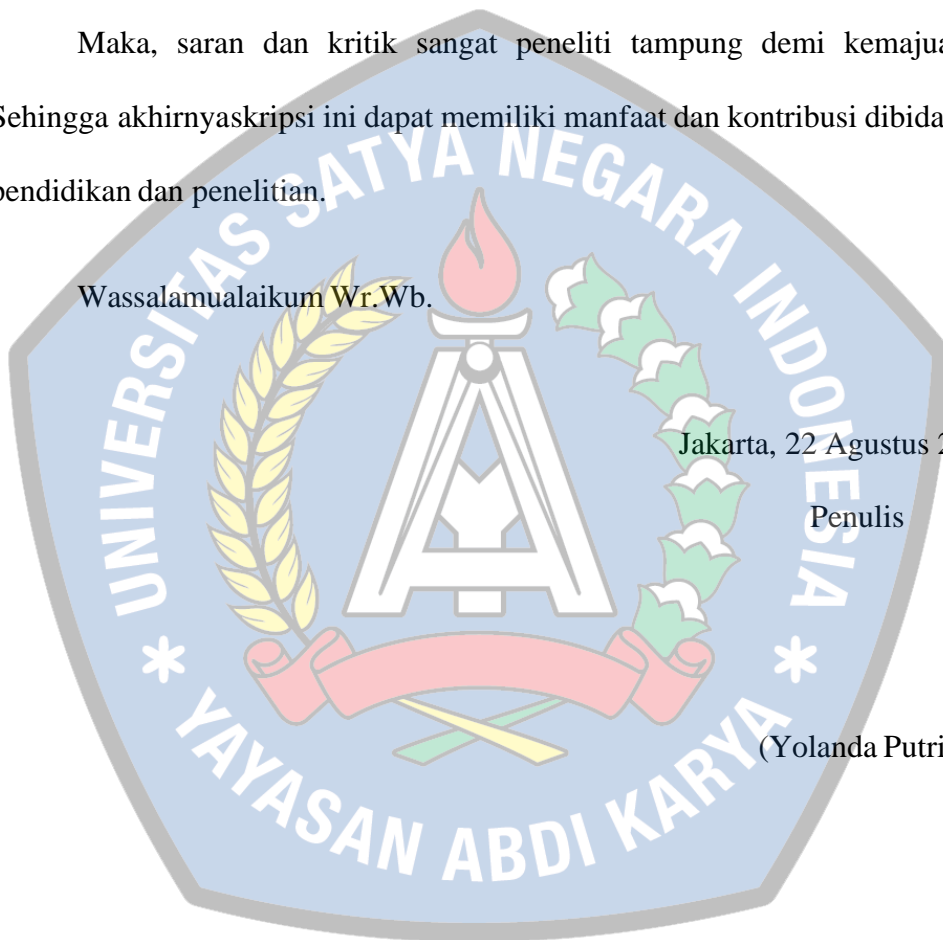
Maka, saran dan kritik sangat peneliti tampung demi kemajuan. Sehingga akhirnya skripsi ini dapat memiliki manfaat dan kontribusi dibidang pendidikan dan penelitian.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 22 Agustus 2023

Penulis

(Yolanda Putri)



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Yolanda Putri
NIM : 190900122
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas
KONSTRUKSI PESAN PROMOSI KONTEN PRODUK ‘CAMILLE’
SKINCARE DALAM AKUN TIKTOK NADYA SHAVIRA
Jumlah halaman : XII + 111 Halaman
Bibliografi : 24 Buku + 4 Jurnal Online + Web

ABSTRAK

Wanita sangat identik dengan kecantikan. Wanita selalu ingin berpenampilan menarik dan terlihat cantik. Untuk menunjang kecantikannya ia melakukan perawatan. Perawatan yang dilakukan ialah dengan menggunakan skincare. Salah satunya skincare camile, skincare ini diproduksi oleh produsen lokal dan hanya dipasarkan melalui media sosial, terutama pada platform media tiktok. Skincare camile dipasarkan melalui unggahan vidio di tiktok. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat konstruksi pesan promosi konten makna “Camille” skincare digambarkan oleh Influencer Nadya Shavira dalam konten Tiktok nya.

Landasan konseptual yang digunakan dalam penelitian ini menyangkut dengan judul yang digunakan ialah Konstruksi pesan, komunikasi, media sosial, Tiktok, Produk, Konsep makna, Citra merek, dan semiotika.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan Kualitatif, metode Analisis Semiotika model Charles Sanders Pierce dan sifat penelitian Deskriptif. Subjek penelitian adalah TikTok Nadya Saphira @ndshvv. dan objek penelitian berupa konten-konten dalam akun tiktok Nadya shavira yang berkaitan dengan Produk Camille. Teknik Pengumpulan Data adalah dokumentasi dan Teknik analisis data yang digunakan adalah semiotika model Charles Sanders Pierce; Representament, Object dan Interpretant

Hasil Penelitian ini menggambarkan bagaimana influencer Nadya Shavira menggunakan strategi pemasaran berupa bagi-bagi uang dan giveaway dalam konstruksi pesan promosi untuk merek Camille di platform Tiktok .

Dari penelitian ini dapat disimpulkan Nadya Shavira berhasil menerapkan strategi pemasaran yang kreatif dan terfokus dalam mengkomunikasikan pesan promosi produk. Konten giveaway mengambil manfaat dari tren budaya dan trend media sosial, yang memberikan latar belakang konteks yang sesuai. Nadya Shavira sebagai influencer membantu memperkuat identitas merek, sementara interaksi langsung dengan pengikut melalui komentar dan partisipasi memperkuat keterlibatan.

Kata Kunci : Konstruksi Pesan, Konten Produk ‘Camille’, Semiotika
Pembimbing I : Sandra Olifia, M.Si
Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAME : Yolanda Putri
NIM : 190900122
STUDY PROGRAM : Communication Studies
SPECIALIZATION : Public Relation
**KONSTRUKSI PESAN PROMOSI KONTEN PRODUK 'CAMILLE'
SKINCARE DALAM AKUN TIKTOK NADYA SHAVIRA**
Number of pages : XII + 111 Page
Bibliography : 24 Book + 4 Online Journal + Website

ABSTRACT

Women are synonymous with beauty. Women always want to look good and look beautiful. To support her beauty, she did treatment. The treatment carried out is to use skincare. One of them is camile skincare, this skincare is produced by local producers and is only marketed through social media, especially on the TikTok media platform. Camile skincare is marketed through uploads2 videos on TikTok. The purpose of this study was to see the construction of the promotional message of skincare "Camille" content described by Influencer Nadya Shavira in her Tiktok content.

The conceptual basis used in this study concerns the titles used, namely message construction, communication, social media, Tiktok, products, concepts of meaning, brand image, and semiotics.

Researchers use the constructivism paradigm, Qualitative approach, Charles Sanders Pierce model Semiotic Analysis method and Descriptive nature of research. The subject of the study was TikTok Nadya Saphira @ndshyv. and the object of research is in the form of content on Nadya savira's tiktok account related to Camille Products. Data Collection Techniques are documentation and Data analysis techniques used are semiotics model of Charles Sanders Pierce; Representant, Object and Interpretant

The results of this study illustrate how influencer Nadya Shavira uses marketing strategies in the form of money giveaways and giveaways in the construction of promotional messages for the Camille brand on the TikTok platform.

From this research, it can be concluded that Nadya Shavira has succeeded in implementing creative and focused marketing strategies in communicating promotional messages. The giveaway content takes advantage of cultural trends and social media trends, which provide appropriate background context. Nadya Shavira as an influencer helps strengthen brand identity, while direct interaction with followers through comments and participation strengthens engagement.

Key Note : Message Construction, 'Camille' Product, Semiotics

Advisor I : Sandra Olifia, M.Si

Advisor II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

DAFTAR ISI

JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS	I
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teoritis.....	13
2.1.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial.....	13
2.1.2 Konstruksi Media Massa.....	15
2.2 Landasan Konseptual.....	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	17
2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	18
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	21
2.2.2 Komunikasi Massa.....	23
2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa.....	26
2.2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	28
2.2.3 Media Sosial.....	31
2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial.....	32
2.2.3.2 Jenis – Jenis Media Sosial.....	35
2.2.4 Tiktok.....	39
2.2.5 Pengertian Produk.....	40
2.2.6 Konstruksi Pesan.....	44
2.2.7 Konsep Makna.....	45
2.2.8 <i>Brand</i> (Merek).....	46
2.2.9 Citra Merek.....	49
2.2.10 Semiotika.....	51
2.2.10.1 Analisis Semiotika Sander Pierce.....	54

2.3 Alur Pemikiran	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1 Tempat dan Waktu.....	62
3.2 Desain Penelitian.....	62
3.2.1 Paradigma Penelitian	62
3.2.2 Pendekatan Penelitian	63
3.2.3 Metode Penelitian	64
3.3 Sifat Penelitian	65
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	66
3.4.1 Subjek Penelitian	66
3.4.2 Objek Penelitian.....	67
3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.6 Teknik Analisis Data	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Subjek Penelitian	74
4.1.1 Gambaran Umum Konten Tiktok	74
4.1.2 Profil Nadya Shavira.....	78
4.1.3 Profil Camile Beauty	80
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce	82
4.2.2 Pembahasan Konten – Konten Tik Tok	84
4.2.2.1 Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok Nadya Shavira	84
4.2.2.2 Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok Nadya Shavira	88
4.2.2.3 Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok Nadya Shavira	92
4.2.2.4 Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok Nadya Shavira	95
4.2.2.5 Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok Nadya Shavira	98
4.3 Pembahasan Penelitian.....	100
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
BIODATA	112

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Objek Penelitian konten media sosial: TikTok Nadya Saphira @ndshvv	68
Table 3.2 Analisis Data Sanders Pierce	73
Table 4.1 Pembahasan Konten-Konten Tiktok	85
Table 4.2 Pembahasan Konten-Konten Tiktok	88
Table 4.3 Pembahasan Konten-Konten Tiktok	92
Table 4.4 Pembahasan Konten-Konten Tiktok	95
Table 4.5 Pembahasan Konten-Konten Tiktok	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Durasi Penggunaan Media Sosial	6
Gambar 1.2 <i>User</i> Instagram Influencer & Owner @Camillebeauty_official	9
Gambar 1.3 <i>User</i> TikTok Influencer & Owner @camillebeauty_official	10
Gambar 2.1 Teori Segitiga Makan Peirce	57
Gambar 2.2 Alur Pemikiran	61
Gambar 4 .1 Logo Aplikasi Tiktok	74
Gambar 4.2 Profil Akun Nadya Shavira	75
Gambar 4.3 Foto Nadya Shavira	79
Gambar 4.4 Logo Camille Beauty	80
Gambar 4.5 Model Segitiga Makna Charles Sanders Peirce	84

