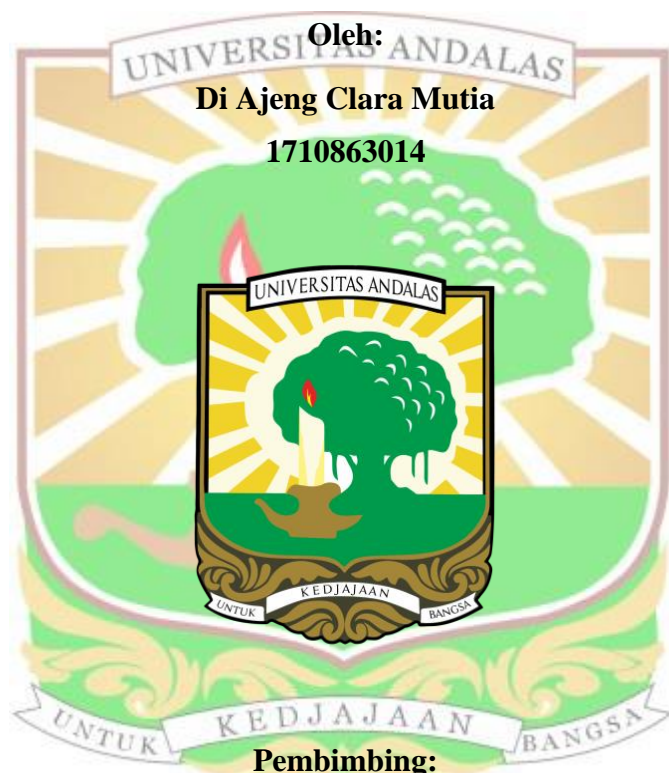


**Komunikasi *Influencer* Tiktok Laura Siburian  
(Persepsi Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Konten *skincare* Tiktok Di Kota  
Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Pembimbing:**

**Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si.  
Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si.**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

## ABSTRAK

### **Komunikasi *Influencer* Tiktok Laura Siburian (Persepsi Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Konten *skincare* Tiktok Di Kota Padang)**

**Oleh:  
Di Ajeng Clara Mutia  
1710863014**

**Pembimbing:  
Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si.  
Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si.**

TikTok menjadi *platform* utama bagi *tren skincare*, di mana *Influencer* media sosial seperti Laura Siburian telah mengubah budaya konsumen modern dengan lebih dari 3.1 juta pengikut dan 212,2 juta likes. Laura Siburian mempengaruhi audiensnya dengan konten tentang kecantikan, gaya berpakaian, dan kehidupan sehari-hari serta memainkan peran penting dalam mempopulerkan perawatan kulit sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi mahasiswa di Kota Padang terhadap konten *skincare* Laura Siburian di TikTok. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan Teori Persepsi. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa di Kota Padang memiliki persepsi beragam terhadap *Influencer* Laura Siburian seperti ketertarikan pada ulasan jajanan dan produk kecantikan, konten informatif dan inspiratif terhadap pengalaman pribadi kehidupan sehari-hari dan interaksi sosial memilih konten yang menyuarakan isu sosial dan mendukung perubahan positif. Beberapa merasa terhibur tanpa dorongan untuk membeli produk, sementara yang lain tertarik mencoba produk yang direkomendasikan. Komunikasi Laura Siburian sebagai *micro celebrity* memengaruhi minat beli, pola pikir, sikap, dan pandangan hidup mahasiswa di Kota Padang seperti adanya kecenderungan membeli tanpa pertimbangan mendalam, menggunakan ulasan Laura sebagai panduan terpercaya, sehingga impulsif dalam pembelian barang yang tidak perlu. Media sosial, khususnya TikTok, menjadi bagian integral dari kehidupan mahasiswa, dengan motivasi penggunaan yang beragam seperti tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk tetap terkini dengan *tren* terbaru, dengan mengikuti akun *Influencer* dan selebriti untuk konten yang relevan.

**Keywords:** *Influencer*, Komunikasi, Mahasiswa, Media Sosial, dan Persepsi.

## ABSTRACT

### *Communication of Tiktok Influencer Laura Siburian (Perception of Students in Consuming Tiktok skincare Content in Padang City)*

**By:**

**Di Ajeng Clara Mutia  
1710863014**

**Advisor:**

**Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si.  
Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si.**

*TikTok has become a primary platform for skincare trends, where social media Influencers like Laura Siburian have transformed modern consumer culture with over 3.1 million followers and 212.2 million likes. Laura Siburian influences her audience with content about beauty, fashion, and daily life, playing a significant role in popularizing skincare as part of everyday lifestyle. This research aims to understand the perceptions of students in Padang City towards Laura Siburian's skincare content on TikTok. The study employs a qualitative research approach with a constructivist paradigm using Perception Theory. The findings reveal that students in Padang City have diverse perceptions of Influencer Laura Siburian, such as interest in food and beauty product reviews, informative and inspiring content about personal life experiences, and social interaction, preferring content that addresses social issues and supports positive change. Some find entertainment without the urge to purchase products, while others are interested in trying recommended products. Laura Siburian's communication as a micro-celebrity influences purchasing interest, mindset, attitude, and outlook on life among students in Padang City, leading to impulsive purchases without thorough consideration, relying on Laura's reviews as reliable guides. Social media, particularly TikTok, has become an integral part of students' lives, with various motivations for usage, not only for entertainment but also to stay updated with the latest trends by following Influencers and celebrities for relevant content.*

**Keywords:** college students, Communication, Influencer, perception, and Social Media.