

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum

Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum memiliki bahan utama Snail Mucin yang dikumpulkan dari siput. Snail Mucin adalah sifat yang ditinggalkan siput yang kemudian dikumpulkan dan dibuat dapat digunakan melalui berbagai metode kimia. Snail Mucin pada Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum mengandung 890.000 ppm mucin siput hitam yang kemudian dikombinasikan dengan bahan lain yang memberikan kekuatan super mereka untuk membuat produk yang efektif. Kandungan dari *black snail extract* mampu meregenerasi kulit dan memperbaiki kerusakan kulit. Serum ini mengandung ekstrak akar licorice yang membantu mencerahkan kulit sekaligus mengurangi seringnya timbulnya jerawat. Selanjutnya, Ekstrak Centella Asiatica yang dapat menenangkan kulit dan memperkuat *skin barrier*, ekstrak teh hijau dan ekstrak propolis berpadu menjadi produk perawatan kulit yang membantu dalam penyembuhan dan regenerasi sel kulit. Bahan lainnya adalah bergamot dan allantoin diantara bahan-bahan super lainnya yang bersatu untuk membuat serum yang kuat. Snail Trucica Miracle Repair Serum adalah produk halal, tidak mengandung komposisi produk kulit yang berbahaya, tidak ada paraben, tidak ada ftalat, bahkan tidak ada alkohol. Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum telah lulus uji iritasi kulit dan bebas dari 20 produk berbahaya.

Snail Mucin bukanlah sesuatu yang baru di pasar perawatan kulit. Sering digunakan di Yunani kuno, kemudian membuat *comeback* besar sebagai tren kecantikan yang berbasis di Korea. Saat siput terluka, mucinnya membantu menyembuhkan kulit atau meregenerasi kulit mereka lebih cepat karena semua bahan super yang dibawanya. Snail Mucin mengandung asam glikolat, enzim glikoprotein dan peptida tembaga yang membantu meregenerasi sel-sel kulit dan memperbaiki kerusakan. Snail mucin juga memiliki sifat anti-bakteri yang membuatnya menjadi produk melawan jerawat yang hebat. Asam hialuronat dalam mucin siput memberikan kelembaban yang kenyal pada kulit yang memberikan tampilan keseluruhan yang cerah dan segar. Selain itu, Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum meningkatkan produksi kolagen yang pada gilirannya memberikan elastisitas pada kulit. Hal ini memungkinkan kulit pengguna diperbarui yang bekerja sebagai agen *anti-aging*. Selain itu, serum ini juga membantu melawan kerusakan akibat sinar matahari dan garis-garis halus yang terlihat pada kulit.

Cara kerja Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum adalah setelah diaplikasikan, bahan aktif mulai bekerja pada regenerasi sel dan akan terlihat efek yang cukup besar pada kulit. Bahan-bahan seperti ekstrak teh hijau dan allantoin membantu mencegah iritasi kulit serta hasil akhir yang tidak lengket. Sifat anti-bakteri dan anti-inflamasi bekerja sangat baik untuk kulit yang rentan berjerawat karena meredakan kemerahan. Selain itu, serum snail truecica juga terasa halus di kulit sehingga tidak perlu khawatir akan sering berjerawat. Dari segi kemasan, Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum memiliki warna dus efek glossy

merah, tulisan di atasnya berwarna putih dengan bentuk huruf yang mudah dibaca. Perpaduan warna merah dan botolnya elegan, menggunakan plastik yang tebal sehingga tidak mudah pecah. Botol snail truecica miracle repair serum berbentuk pompa yang mudah digunakan.



Gambar 4.1 Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum

Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum menyebutkan tentang siput pada kemasan bagian dalam dan luarnya tanpa harus menyembunyikannya secara diam-diam. Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum juga memiliki botol anti tumpah dan label "ramah kulit" pada kemasan luarnya. Kemasan yang rapi dan terpuji menarik dan membuat produk menonjol. Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum memiliki tekstur berlendir yang agak lengket tapi mudah meresap ke dalam kulit. Kelengketan hilang setelah produk menyerap dan kemudian kulit menjadi lembut. Meskipun lengket, konsistensi airnya memungkinkannya menyebar dengan mudah ke wajah pengguna. Pengguna juga dapat menggunakan serum ringan ini sebelum riasan karena tidak menambah bobot apa pun pada kulit.

4.2 Gambaran Umum Suhay Salim

Suhay Salim adalah seorang beauty vlogger yang lahir pada 12 Oktober 1987 di Jeddah, Arab Saudi. Suhay Salim memulai menjadi seorang Youtuber sejak tahun 2011. Suhay Salim memiliki subscriber Youtube berjumlah 1,45 juta dan follower Instagram berjumlah 648 ribu. Suhay Salim merupakan lulusan jurusan manajemen Universitas Indonesia, selain itu Suhay Salim bekerja sebagai seorang translator.



Gambar 4.2 Suhay Salim

4.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 110 orang viewer dari konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim, yang pernah melihat video Some by Mi oleh Suhay Salim sampai akhir dalam rentang waktu 1 tahun terakhir dan telah berusia 17 tahun, sering menonton Youtube dan menjadikannya sebagai *platform* untuk mencari informasi produk serta

menggunakan produk *skincare*. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Distribusi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma	7	6,4	6,4	6,4
S1	52	47,3	47,3	53,6
SMU/SMK	51	46,4	46,4	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden memiliki pendidikan terakhir terbanyak adalah S1 dengan jumlah 52 orang, SMA/SMK dengan jumlah 51 orang dan Diploma 7 orang. Artinya bahwa responden yang melihat video konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim memiliki tingkat Pendidikan yang cukup tinggi.

Berdasarkan rata-rata jumlah melihat Youtube dalam 1 minggu, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Responden berdasarkan Jumlah Melihat Youtube dalam Seminggu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >6 kali	57	51,8	51,8	51,8
1-2 kali	9	8,2	8,2	60,0
3-4 kali	27	24,5	24,5	84,5
5-6 kali	17	15,5	15,5	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut di atas menunjukkan bahwa responden sebagian besar melihat Youtube sebanyak lebih dari 6 kali dalam seminggu dengan

jumlah 57 orang, 3-4 kali dalam seminggu dengan jumlah 27 orang, 5-6 kali dengan jumlah 17 orang, dan 1-2 kali adalah 9 orang. Responden yang melihat konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim melihat Youtube dalam frekuensi yang tinggi dan hampir setiap hari melihatnya.

Berdasarkan Materi yang dilihat di dalam Youtube, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pernyataan Responden terhadap Materi yang dilihat di dalam Youtube

Materi	Jumlah Sebut
Perawatan tubuh	78
<i>Fashion</i>	33
Kesehatan badan	28
Hiburan	27
Musik	15
Kuliner	12
Series/trailer film	7
<i>Lifestyle</i>	6
Make up	5
<i>Education</i>	4
<i>Game</i>	2
Rohani	1

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa pilihan jawaban terhadap butir pertanyaan materi yang dilihat oleh responden melalui platform Youtube terisi semua, antara lain mengenai *fashion*, perawatan tubuh dan kesehatan badan. Sebagian besar responden sebanyak 78 kali sebut menyatakan melihat materi mengenai perawatan tubuh yang di dalamnya termasuk perawatan kulit atau sering disebut skincare, 33 kali disebutkan bahwa responden menonton materi fashion di Youtube, materi kesehatan badan disebutkan sebanyak 28 kali. Konten hiburan disebutkan sebanyak 27 kali diantaranya *podcast*, *daily vlogging*, *travelling vlog*,

reality show, talk show, horror, comedy, dan karya konten kreator youtube. Responden menyatakan menyukai materi musik yang disebutkan sebanyak 15 kali, kuliner sebanyak 12 kali, materi series dan trailer film sebanyak 7 kali, *lifestyle* 6 kali diantaranya adalah *home decor, Do It Yourself* dan berbagai inspirasi, materi makeup disebutkan sebanyak 5 kali. Adapun materi *education* seperti investasi, bahasa, *financial planning* yang disebutkan sebanyak 4 kali, materi *game* sebanyak 1 kali dan video rohani sebanyak 1 kali.

Berdasarkan karakteristik responden yang berbeda dan berbagai materi yang disukai oleh responden, menunjukkan bahwa semua responden menggunakan Youtube sebagai media untuk mencari informasi yang mereka butuhkan terutama materi mengenai perawatan tubuh.

Berdasarkan penggunaan Youtube sebagai acuan mencari informasi produk, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Distribusi Responden berdasarkan Penggunaan Youtube Sebagai Acuan Mencari Informasi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadang	23	20,9	20,9	20,9
	Sangat setuju	39	35,5	35,5	56,4
	Setuju	48	43,6	43,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebanyak 48 orang setuju menggunakan Youtube sebagai acuan dalam mencari informasi produk, 39 orang sangat setuju dan 23 orang kadang-kadang menggunakan Youtube sebagai acuan mencari informasi produk. Sebagian besar responden yang melihat konten Youtube

Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim menggunakan Youtube untuk sumber informasinya, hasil ini menunjukkan bahwa responden tersebut merasa bahwa Youtube mampu memberikan jawaban mengenai informasi produk yang relevan bagi responden.

Berdasarkan penggunaan rutin *skincare*, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Distribusi Responden berdasarkan Penggunaan Skincare secara Rutin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadang	23	20,9	20,9	20,9
	Sangat Setuju	46	41,8	41,8	62,7
	Sangat Tidak Setuju	1	,9	,9	63,6
	Setuju	40	36,4	36,4	100,0
Total		110	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebanyak 46 orang sangat setuju dalam menggunakan *skin care* secara rutin, 40 orang merasa setuju, 23 orang kadang dan 1 orang sangat tidak setuju dalam menggunakan *skin care* secara rutin. Artinya sebagian besar responden cenderung sangat memperhatikan kesehatan kulit (terutama kulit wajah) sehingga melakukan perawatan kulit secara rutin. Hal ini mendorong responden untuk mencari produk perawatan kulit yang tepat melalui Youtube.

Berdasarkan produk *skincare* yang dilihat ulasannya melalui Youtube, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Pernyataan Responden terhadap Produk yang dilihat Ulasannya Melalui Youtube

		Jumlah Sebut Merek									
Lokal		Korea Selatan		Jepang	Malaysia	India	Eropa				
Somehinc	5	Some By Mi	42	Hada Labo	3	Safi	4	Himalaya	2	The Body Shop	4
Wardah	4	Cosrx	13	Senka	1					Garnier	3
Avoskin	4	The Ordinary	12	Hatomugi	1					Nivea	3
Scarlett	4	Laneige	9	Skinaqua	1					Pixi	3
Emina	4	Nacific	8	Biore	1					Loreal	2
Lacoco	1	Inisfree	8	SK II	1					St. Ives	2
Haple	1	Nature Republic	4							Make Over	2
Viva	1	Skin 1004	3							Simple	2
Everwhite	1	Pixi	3							Oriflame	1
Larissa	1	Benton	2							Cethapil	1
Natasha	1	Neogen	1							Bioderma	1
Airin Beauty	1	Secret Key	1							Freeman	1
		SNP	1							Jordanie	1
		Saem	1							Paulas Choice	1
										Mario Badeschu	1
Jumlah	28		108		8		4		2		28

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa produk *skincare* yang dilihat ulasannya oleh responden di Youtube bervariasi, antara lain produk lokal yang disebutkan sebanyak 28 kali, dengan jumlah sebutan terbanyak untuk merek Somehinc. Produk impor Korea Selatan yang disebutkan sebanyak 108 kali dan Some By Mi menjadi produk unggulan responden dengan jumlah sebutan tertinggi sebanyak 42 kali. Produk impor Jepang yakni Hada Labo, Senka dan Hatomugi yang disebutkan sebanyak 8 kali. Produk impor India seperti Himalaya disebutkan 2 kali, Safi yang merupakan produk impor asal Malaysia disebutkan sebanyak 4 kali. Serta berbagai macam merek produksi impor Eropa disebutkan sebanyak 28 kali dengan produk andalannya The Body Shop.

Berdasarkan jumlah sebutan merek yang dilihat ulasannya oleh responden melalui Youtube menunjukkan ketertarikan responden yang tinggi atas produk skincare impor terutama dari Korea Selatan.

Berdasarkan produk *skincare* yang biasanya dicari, gambaran dari para responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Pernyataan Responden terhadap Produk yang dicari Melalui Youtube

Jumlah Sebut Produk			
Berdasarkan tipe <i>skincare</i>		Berdasarkan fungsi	
Serum	44	<i>Acne scar</i>	14
Toner	27	<i>Acne spot treatment</i>	8
Masker	18	<i>Brightening</i>	7
Moisturizer	14	Memperkuat <i>skin barrier</i>	1
Essence	8	Kulit sensitif	1
Sunscreen	7	Kulit berminyak	1
Face wash	5		
Day & Night Cream	4		
Eyecream	1		
Ampoule	1		
First cleanser	1		
Lulur	1		
Handbody	1		
Lipbalm	1		
Lipstick	1		

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.7 produk *skincare* yang biasanya dicari oleh responden adalah produk serum dengan jumlah sebutan sebanyak 44 kali yang berada di posisi tertinggi, diikuti oleh toner sebanyak 27 kali dan masker 18 kali. Berdasarkan fungsinya responden mencari produk perawatan *acne scar* dengan jumlah sebut tertinggi sebanyak 14 kali.

Responden penelitian menyatakan bahwa produk skincare yang dicari informasinya melalui platform Youtube adalah serum yang diharapkan menjadi

solusi untuk permasalahan kulit wajah *acne scar* atau sering disebut dengan bopeng. Karena Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum memiliki klaim atas solusi permasalahan kulit wajah tersebut, hal ini mendorong responden untuk mencari dan menonton konten ulasan Suhay Salim

4.4 Deskripsi Persepsi Konsumen Terhadap Atribut *Endorser* Suhay Salim Ditinjau Dari Karakteristik Dalam Model Komunikasi TEARS pada konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum

Konten Youtube Suhay Salim yang akan diteliti adalah produk *skin care* untuk solusi permasalahan kulit bopeng atau bekas jerawat, yakni produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Analisis dilakukan terhadap atribut *endorser* yang mengacu pada model komunikasi yang dapat dianalisis dengan menggunakan beberapa model yaitu VisCap, Stimulus Response dan TEARS. Penelitian ini akan menganalisis mengenai persepsi responden terhadap atribut *endorser* yang diukur melalui karakteristik pada komunikasi yaitu menggunakan model TEARS. Model TEARS dipilih karena TEARS mampu merepresentasikan memori dari pemirsa yang berhubungan dengan lima atribut terpisah yang mendukung komponen umum daya tarik. Hasil penelitian ini akan menunjukkan penilaian atau persepsi responden terhadap atribut *endorser* Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum.

4.4.1 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel *Trustworthiness*

Untuk mengetahui deskripsi responden mengenai *trustworthiness* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Deskripsi Responden Mengenai *Trustworthiness*

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Saya percaya informasi yang disampaikan Suhay Salim mengenai Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sesuai dengan pengalaman yang dialami Suhay ketika memakai produk.	0	0	2	4	10	30	45	180	53	265	479,00	4,35	Sangat baik
Saya percaya Suhay Salim memberikan suatu informasi yang benar mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum	0	0	0	0	13	39	47	188	50	250	477,00	4,34	Sangat baik
Saya percaya Suhay Salim memberikan penjelasan ulasan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum dengan senang hati.	0	0	0	0	9	27	39	156	62	310	493,00	4,48	Sangat baik
Saya percaya Suhay Salim bertanggung jawab terhadap penjelasan ulasan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang dibuatnya.	0	0	5	10	18	54	31	124	56	280	468,00	4,25	Sangat baik
Ulasan Suhay Salim mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum dapat	0	0	2	4	26	78	45	180	37	185	447,00	4,06	Baik

memenuhi harapan saya.													
Rata-Rata											4,30	Sangat baik	

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa deskripsi responden mengenai indikator *trustworthiness* pada atribut endorser Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sebesar 4,30 yang berada dalam kategori sangat baik. Indikator yang menunjukkan kepercayaan tertinggi adalah saya percaya Suhay Salim memberikan penjelasan ulasan produk Snail Truecica Miracle Repair Serum dengan senang hati. Sedangkan indikator yang terendah adalah ulasan Suhay Salim mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum dapat memenuhi harapan.

Hasil ini menunjukkan bahwa responden mau untuk mempercayai informasi yang disampaikan Suhay Salim mengenai Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sesuai dengan pengalaman yang dialami Suhay ketika memakai produk. Responden dapat mempercayai informasi tersebut karena adanya kepercayaan responden terhadap kualitas Suhay Salim untuk mengulas produk kecantikan. Sehingga percaya apa yang dikatakan Suhay Salim dianggap benar. Responden juga sangat percaya bahwa Suhay Salim memberikan suatu informasi yang benar mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Responden merasa bahwa Suhay Salim jujur dalam memberikan ulasan yang sesuai dengan kenyataannya.

Responden juga memiliki kepercayaan bahwa Suhay Salim memberikan penjelasan ulasan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum dengan senang hati. Hasil ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa Suhay

Salim jujur dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sebab Suhay Salim telah merasakan manfaat dari produk tersebut. Responden juga percaya Suhay Salim bertanggung jawab terhadap penjelasan ulasan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang dibuatnya. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan dari responden bahwa Suhay Salim memberikan informasi yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan karena Suhay Salim adalah salah satu brand ambassador dari produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Suhay Salim juga dapat memberikan ulasan terhadap produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang dapat memenuhi harapan pelanggan yang penasaran mengenai produk tersebut dan manfaatnya bagi kulit wajah.

4.4.2 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel *Expertise*

Untuk mengetahui deskripsi responden mengenai *expertise* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Deskripsi Responden Mengenai *Expertise*

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Saya mengetahui Suhay Salim memiliki pengetahuan yang baik dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle	0	0	3	6	11	33	52	208	44	220	467,00	4,25	Sangat baik

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori	
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)					
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S				
Repair Serum.														
Suhay Salim memiliki pengetahuan yang baik mengenai permasalahan kulit wajah.	0	0	3	6	15	45	46	184	46	230	465,00	4,23	Sangat baik	
Suhay Salim memiliki pengalaman yang memadai untuk mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum.	0	0	1	2	15	45	54	216	40	200	463,00	4,21	Sangat baik	
Suhay Salim memiliki solusi dalam mengatasi permasalahan di kulit wajah.	1	1	6	12	19	57	49	196	35	175	441,00	4,01	Baik	
Saya percaya akan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang diulas oleh Suhay Salim dapat menjadi solusi permasalahan kulit wajah saya.	2	2	6	12	38	114	30	120	34	170	418,00	3,80	Baik	
Rata-Rata												4,10	Baik	

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel Expertise yang mencerminkan keahlian Suhay Salim dalam memberikan ulasan

mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Indikator variabel *respect* yang tertinggi adalah saya mengetahui Suhay Salim memiliki pengetahuan yang baik dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sedangkan indikator yang terendah adalah percaya akan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang diulas oleh Suhay Salim dapat menjadi solusi permasalahan kulit wajah saya.

Hasil ini menunjukkan bahwa responden sadar akan Suhay Salim yang memiliki pengetahuan yang sangat baik dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Pengetahuan yang baik itu dirasakan tersirat dalam kemampuan Suhay Salim dalam mengulas produk dan menjabarkan mengenai kandungan dalam produk dengan menggunakan bahasa ilmiah. Responden juga setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengetahuan yang baik mengenai permasalahan kulit wajah. Hal ini terbukti dari kemampuannya memberikan nasihat mengenai jenis kulit seperti apa yang cocok dengan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum, Q&A mengenai produk dan juga cara mengaplikasikan serum tersebut sehingga terhindar dari iritasi.

Responden juga setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengalaman yang memadai untuk mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Hal ini karena sebelumnya Suhay Salim telah mengulas berbagai produk kecantikan baik dari Indonesia maupun produk kecantikan impor seperti Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Secara keseluruhan responden menyatakan setuju bahwa Suhay Salim memiliki solusi dalam mengatasi permasalahan di kulit wajah menggunakan produk Some By Mi Snail Truecica

Miracle Repair Serum. Hal ini dapat terjadi karena Suhay Salim menyatakan bahwa Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum mampu meregenerasi kulit yang berguna untuk memperbaiki kerusakan kulit, mencerahkan, menenangkan kulit kemerahan dan memeperkuat *skin barrier* bahkan *agent anti aging*. Responden juga percaya akan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang diulas oleh Suhay Salim dapat menjadi solusi permasalahan kulit wajah sebab menurut Suhay Salim, Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum benar-benar miracle serum yang memiliki fungsi regeneratif. Fungsi regeneratif ini sering tidak dimiliki oleh produk serum kecantikan lainnya sebab perlu kondisi yang sangat tepat dan frekuensi pemakaian yang rutin yang dapat meningkatkan efek regresi. Sedangkan pada produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum, dapat diaplikasikan pada sebagian besar tipe kulit wajah sehingga tidak perlu pengetahuan khusus untuk mengaplikasikannya.

4.4.3 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel *Physical attractiveness*

Untuk mengetahui deskripsi responden mengenai *physical attractiveness* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Deskripsi Responden Mengenai *Physical attractiveness*

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Suhay Salim cantik.	0	0	1	2	14	42	37	148	58	290	482,00	4,38	Sangat baik
Suhay Salim dapat mewakili produk Some by Mi Snail	0	0	1	2	21	63	47	188	41	205	458,00	4,16	Baik

Truecica Miracle Serum.														
Postur tubuh Suhay Salim mendukung dalam mengulas produk.	1	1	4	8	21	63	41	164	43	215	451,00	4,10	Baik	
Rata-Rata												4,22	Sangat baik	

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa deskripsi atas dimensi ini adalah sebesar 4,22. Hasil ini menunjukkan bahwa *physical attractiveness* pada Suhay Salim dinilai oleh responden sangat baik dan menarik perhatian yang artinya menarik secara fisik. Daya tarik fisik yang dimiliki Suhay Salim terutama dalam hal kecantikan tercermin dalam pendapat responden dengan pernyataan Suhay Salim cantik yang memiliki nilai tertinggi dari semua indikator sebesar 4,38.

Ketertarikan terhadap fisik Suhay Salim ini karena Suhay Salim dinilai cantik oleh responden. Selain itu responden setuju bahwa Suhay Salim dapat mewakili produk Some by Mi Snail Truecica Miracle Serum. Suhay Salim dapat mewakili produk karena memiliki kulit wajah yang halus dan menarik serta memiliki pengalaman menggunakan produk Some by Mi Snail Truecica Miracle Serum sehingga sesuai untuk menjadi endorser produk Some by Mi Snail Truecica Miracle Serum. Postur tubuh Suhay Salim mendukung dalam mengulas produk karena posturnya yang lebih tinggi sehingga seluruh wajah dari Suhay Salim terlihat dengan jelas pada layar.

4.4.4 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel *Respect*

Untuk mengetahui deskripsi responden mengenai *respect* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Deskripsi Responden Mengenai *Respect*

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Kemampuan akting dari Suhay Salim sangat baik.	1	1	4	8	30	90	32	128	43	215	442,00	4,02	Baik
Penggunaan <i>body language</i> oleh Suhay Salim memiliki korelasi pada tiap <i>scene</i> .	0	0	1	2	11	33	39	156	59	295	486,00	4,42	Sangat baik
Suhay Salim memiliki kepribadian yang menarik.	0	0	1	2	8	24	35	140	66	330	496,00	4,51	Sangat baik
Rata-Rata												4,32	Sangat baik

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa deskripsi atas dimensi ini adalah sebesar 4,32. Artinya responden memberikan *respect* yang baik untuk pekerjaan Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Rasa hormat yang ditunjukkan oleh responden tersebut tercermin dari pernyataan Suhay Salim memiliki kepribadian yang menarik yang memiliki nilai tertinggi dari semua indikator yaitu sebesar 4,51.

Suhay Salim memiliki kemampuan akting yang baik karena mampu menunjukkan gestur wajah yang baik dan selalu tersenyum di kamera ketika menerangkan mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Penggunaan *body language* oleh Suhay Salim dinilai oleh responden memiliki korelasi yang sangat baik pada tiap *scene*. Sebagai contohnya saat menunjukkan garis muka, maka Suhay Salim selalu mengusap pada bagian pipi terluar yang menunjukkan kesan halus, atau pada saat menerangkan mengenai regenerasi maka Suhay Salim akan menggunakan tangannya untuk membuat gerakan seperti

bertumbuh sehingga ada korelasi yang sangat baik antara gerakan dengan yang diterangkan. Suhay Salim memiliki kepribadian yang menarik karena dapat selalu tersenyum walau melakukan gerakan atau memberi keterangan yang sesuai sehingga responden menganggap bahwa Suhay Salim berkepribadian yang sangat baik.

4.4.5 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel *Similarity*

Untuk mengetahui deskripsi responden mengenai *similarity* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Deskripsi Responden Mengenai *Similarity*

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-rata	Kategori
	STS(1)		TS(2)		N(3)		S(4)		SS(5)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Suhay Salim memiliki usia yang hampir sama dengan saya.	48	48	37	74	18	54	4	16	3	15	207,00	1,88	Tidak baik
Saya suka Suhay Salim karena sama-sama perempuan.	6	6	12	24	36	108	33	132	23	115	385,00	3,50	Baik
Suhay Salim memiliki masalah dengan kulit wajah seperti yang saya alami.	11	11	21	42	37	111	30	120	11	55	339,00	3,08	Cukup baik
Rata-Rata												2,82	Cukup baik

Sumber: Data Primer yang Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa deskripsi atas dimensi ini adalah sebesar 2,82. Hasil ini menunjukkan adanya pendapat dari responden bahwa Suhay Salim tidak sepenuhnya memiliki kesamaan dengan respondennya. Hal ini tercermin dari nilai indikator terendah yang ditunjukkan dari pernyataan Suhay Salim dirasakan tidak memiliki usia yang hampir sama dengan responden karena responden berasal dari kalangan usia yang bervariasi dan hampir semua usia

menyukai ulasan Suhay Salim. Responden semuanya berjenis kelamin perempuan, sehingga sebagian besar merasa menyukai Suhay Salim sebagai seorang perempuan juga. Hal ini karena responden merasa lebih nyaman menerima ulasan dari perempuan karena dirasakan lebih mengerti produk kecantikan wajah dibandingkan laki-laki. Sebagian responden merasa bahwa Suhay Salim memiliki masalah dengan kulit wajah sesuai yang dialami oleh responden, namun sebagian lainnya merasa tidak ada masalah dengan kulit wajah Suhay Salim sehingga sebenarnya Suhay Salim tidak membutuhkan serum tersebut.

4.5. Atribut *Endorser* Suhay Salim Ditinjau Dari Karakteristik Dalam Model Komunikasi TEARS pada konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum

Berdasarkan profil responden diketahui bahwa responden yang melihat video konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, responden yang melihat konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim melihat Youtube dalam frekuensi yang tinggi dan hampir setiap hari melihatnya. Berdasarkan karakteristik responden yang berbeda dan berbagai materi yang disukai oleh responden, menunjukkan bahwa semua responden menggunakan youtube sebagai media untuk mencari informasi yang mereka butuhkan terutama materi mengenai perawatan tubuh termasuk di dalamnya adalah produk-produk *skincare*. Sebagian besar responden yang melihat konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum oleh Suhay Salim menggunakan Youtube

untuk sumber informasinya, hal ini dikarekankan responden merasa bahwa Youtube mampu memberikan jawaban mengenai informasi produk yang relevan.

Sebagian besar responden cenderung sangat memperhatikan kesehatan kulit (terutama kulit wajah) sehingga melakukan perawatan kulit secara rutin. Hal ini mendorong responden untuk mencari produk perawatan kulit yang tepat melalui Youtube. Produk *skincare* yang dilihat ulasannya oleh responden di Youtube sebagian besar merupakan produk impor dan sebagian produk lokal seperti Some by Mi, Somethinc, Hada Labo, Safi dan The Body Shop. Produk *skincare* yang biasanya dicari adalah produk serum, toner, masker, *moisturizer* dan produk lainnya yang dapat memudahkan bekas jerawat dengan lebih cepat, membantu memperkuat *skin barrier*, serta produk untuk kulit sensitif dan berminyak.

Hasil rekapitulasi deskripsi dari atribut *endorser* Suhay Salim ditinjau dari karakteristik dalam model komunikasi TEARS pada konten Youtube Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum dari hasil jawaban kuesioner seluruh responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengukuran Model TEARS

Variabel	Nilai	Kategori
<i>Trustworthiness</i>	4,30	Sangat baik
<i>Expertise</i>	4,10	Baik
<i>Physical attractiveness</i>	4,22	Sangat baik
<i>Respect</i>	4,32	Sangat baik
<i>Similarity</i>	2,82	Cukup baik
Keseluruhan atribut <i>endorser</i> Suhay Salim	3,95	Baik

ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum		
---	--	--

Berdasarkan rata-rata variabel dari karakteristik pada komunikasi yaitu menggunakan model TEARS untuk menunjukkan penilaian atau persepsi responden terhadap atribut *endorser* Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Suhay Salim dinilai mampu untuk menempatkan diri sebagai *endorser* yang dapat dipercaya dan jujur oleh konsumen (netizen). Keahlian dari Suhay Salim untuk mengulas dan memberikan informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum baik karena memiliki pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang baik mengenai produk Some by Mi Snail Truecica Repair Serum. Fisik Suhay Salim juga dianggap menarik karena cantik dan memiliki postur yang baik. Responden juga menyatakan bahwa kepribadian Suhay Salim pada konten video ulasan Some by Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum menarik serta kemampuan akting dari Suhay Salim memadai sehingga menarik pemirsanya. Walaupun tidak memiliki kesamaan dalam rentang usia, namun responden memiliki kesamaan jenis kelamin serta masalah wajah dengan Suhay Salim yang membuatnya lebih mempercayainya. Dimensi yang tertinggi dari atribut *endorser* Suhay Salim adalah dimensi *respect* sedangkan dimensi yang terendah dari atribut *endorser* Suhay Salim adalah dimensi *similarity*.

Deskripsi responden mengenai indikator *trustworthiness* pada atribut *endorser* Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sebesar 4,30 yang berada dalam kategori sangat baik. Hasil

ini menunjukkan bahwa responden mau untuk mempercayai informasi yang disampaikan Suhay Salim mengenai Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sesuai dengan pengalaman yang dialami Suhay ketika memakai produk. Responden setuju bahwa Suhay Salim jujur dalam memberikan ulasan yang sesuai dengan kenyataannya. Responden setuju bahwa Suhay Salim jujur dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum sebab Suhay Salim telah merasakan manfaat dari produk tersebut yang membuatnya percaya Suhay Salim bertanggung jawab terhadap penjelasan ulasan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang dibuatnya. Suhay Salim juga dapat memberikan ulasan terhadap produk produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum yang dapat memenuhi harapan pelanggan yang penasaran mengenai produk tersebut dan manfaatnya bagi kulit wajah.

Suhay Salim dinilai oleh responden memiliki *expertise* yang baik untuk mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Hasil ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengetahuan yang sangat baik dalam mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Responden juga setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengetahuan yang baik mengenai permasalahan kulit wajah. Responden setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengalaman yang memadai untuk mengulas produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Hal ini karena sebelumnya Suhay Salim telah mengulas berbagai produk kecantikan baik dari Indonesia maupun produk kecantikan impor seperti Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Secara keseluruhan responden juga menyatakan setuju bahwa Suhay Salim memiliki solusi

dalam mengatasi permasalahan di kulit wajah menggunakan produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Hal ini dapat terjadi karena Suhay Salim menyatakan bahwa Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum mengandung anti *aging agent* dan juga regenerasi sel kulit yang berguna untuk mencerahkan, memutihkan dan membersihkan kulit wajah.

Physical attractiveness pada Suhay Salim dinilai oleh responden sangat baik dan menarik perhatian. Ketertarikan terhadap fisik Suhay Salim ini karena Suhay Salim dinilai cantik oleh responden. Suhay Salim dapat mewakili produk karena memiliki kulit wajah yang halus dan menarik serta memiliki pengalaman menggunakan produk Some by Mi Snail Truecica Miracle Serum sehingga sesuai untuk menjadi endorser produk Some by Mi Snail Truecica Miracle Serum.

Responden memberikan *respect* yang baik untuk pekerjaan Suhay Salim ketika meng-endorse produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Suhay Salim memiliki kemampuan akting yang baik karena mampu menunjukkan gestur wajah yang baik dan selalu tersenyum di kamera ketika menerangkan mengenai produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Penggunaan *body language* oleh Suhay Salim dinilai oleh responden memiliki korelasi yang sangat baik pada tiap *scene*. Suhay Salim memiliki kepribadian yang menarik karena dapat selalu tersenyum walau melakukan gerakan atau memberi keterangan yang sesuai sehingga responden menganggap bahwa Suhay Salim berkepribadian yang sangat baik.

Hasil dari *similarity* responden dengan Suhay Salim menunjukkan nilai sebesar 2,82. Hasil ini menunjukkan adanya pendapat dari responden bahwa Suhay

Salim tidak sepenuhnya memiliki kesamaan dengan respondennya. Responden semuanya berjenis kelamin perempuan, sehingga sebagian besar merasa menyukai Suhay Salim sebagai seorang perempuan juga. Hal ini karena responden merasa lebih nyaman menerima ulasan dari perempuan karena dirasakan lebih mengerti produk kecantikan wajah dibandingkan laki-laki. Sebagian responden merasa bahwa Suhay Salim memiliki masalah dengan kulit wajah sesuai yang dialami oleh responden, namun sebagian lainnya merasa tidak ada masalah dengan kulit wajah Suhay Salim sehingga sebenarnya Suhay Salim tidak membutuhkan serum tersebut.

