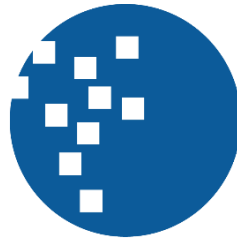


**Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer dalam Menciptakan
Viralitas Boneka Labubu di Jakarta**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Aldy Filbert Christianto

0000044217

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer dalam menciptakan
Viralitas Boneka Labubu di Jakarta**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Aldy Filbert Christianto

00000044217

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aldy Filbert Christianto

Nomor Induk Mahasiswa 00000044217

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer dalam menciptakan
Viralitas Boneka Labubu di Jakarta**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Desember 2024



Aldy Filbert Christianto

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer dalam menciptakan
Viralitas Boneka Labubu di Jakarta

Oleh

Nama : Aldy Filbert Christianto

NIM : 00000044217

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 06 Januari 2025

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Helga Liliani Cakra Dewi, S.
I.kom., M.Comm.
0317089201

Penguji

Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
0320077401

Pembimbing

Digitally signed
by Anton Binsar
Date: 2025.01.21
21:10:45 +0700'

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugerah Bangun
Date: 2025.01.23
11:43:41 +0700'

Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldy Filbert Christianto
NIM : 00000044217
Program Studi : Strategic Communication
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer
dalam menciptakan Viralitas Boneka Labubu di Jakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
- Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Desember 2024



Aldy Filbert Christianto

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan kasih sayang-Nya, perjalanan ini tentu tidak akan terwujud. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada orang tua dan teman saya, yang senantiasa memberikan dukungan, baik secara materi maupun doa yang tak henti-hentinya. Keberadaan mereka dalam hidup saya telah menjadi sumber motivasi yang tak ternilai. Setiap pengorbanan dan nasihat mereka telah menjadi pendorong utama dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, saya sangat berterima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam perencanaan dan pelaksanaan skripsi ini. Terutama kepada dosen pembimbing saya, Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si. Semoga Tuhan senantiasa melindungi dan menyertai Bapak Anton beserta keluarga, teman-teman seangkatan, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan serta masukan yang sangat berharga. Tanpa bantuan dan dukungan mereka, pencapaian ini hanya akan tetap menjadi impian yang sulit tercapai. Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif, baik untuk perkembangan ilmu komunikasi maupun bagi pembaca semua.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

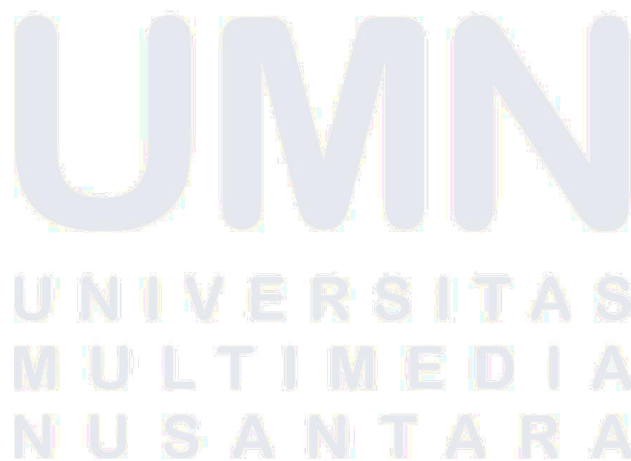
5. Keluarga tercinta saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan kepercayaan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman saya yang telah memberikan dukungan moral maupun bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari kalian, saya mungkin tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Harapan saya semoga karya ilmiah ini dapat memberikan inspirasi dan manfaat bagi para pembaca, dan menjadi referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

Tangerang, 18 Desember 2024



Aldy Filbert Christianto



Peran Kredibilitas Sosial Media Influencer dalam menciptakan

Viralitas Boneka Labubu di Jakarta

Aldy Filbert Christianto

ABSTRAK

Media Sosial memungkinkan individu untuk berbagi informasi, pengalaman, dan opini dengan cara yang cepat dan mudah diakses oleh khalayak luas yang menciptakan Viralitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan menerapkan teori Stimulus-*Organism-Response* (SOR) untuk menjelaskan bagaimana *Stimulus* berupa komunikasi Influencer mempengaruhi *Organisme* (persepsi audiens) dan akhirnya menciptakan *Response* berupa pembelian produk. Aspek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah Kredibilitas Influencer Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kredibilitas Influencer memiliki peran positif terhadap persepsi audiens, yang kemudian mendorong mereka untuk merespons dengan membeli produk Labubu. Kesimpulan dari penelitian ini memberikan wawasan tentang Peran Kredibilitas Influencer dapat menciptakan Viralitas sehingga mengubah perilaku audiens, khususnya dalam hal keputusan pembelian.

Kata kunci: Viralitas, SOR, Kredibilitas Influencer, Media Sosial



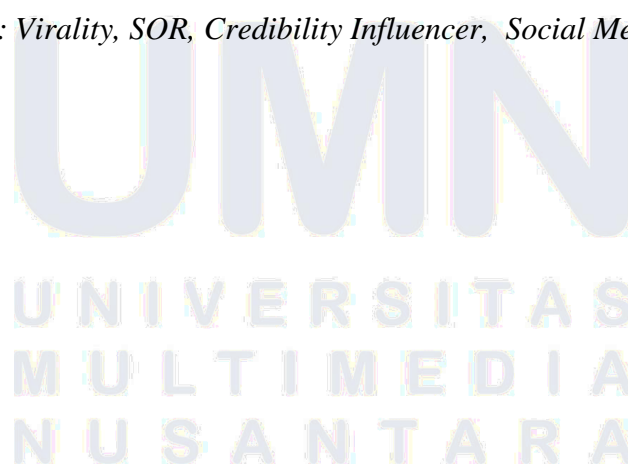
***The Role of Social Media Influencer Credibility in Creating the
Virality of Labubu Dolls in Jakarta***

Aldy Filbert Christianto

ABSTRACT

Social media allows individuals to share information, experiences, and opinions in a way that is quick and easily accessible to a wide audience, creating virality. This study uses a qualitative approach with a case study method and applies the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory to explain how the stimulus of influencer communication influences the organism (audience perception) and ultimately creates a Response in the form of product purchase. The aspect analyzed in this research is the credibility of the influencer. The results show that influencer credibility has a positive role on audience perception, which then drives them to respond by purchasing the Labubu product. The conclusion of this study provides insights into the role of influencer credibility in creating virality, thereby changing audience behavior, particularly in terms of purchasing decisions.

Keywords: *Virality, SOR, Credibility Influencer, Social Media,*



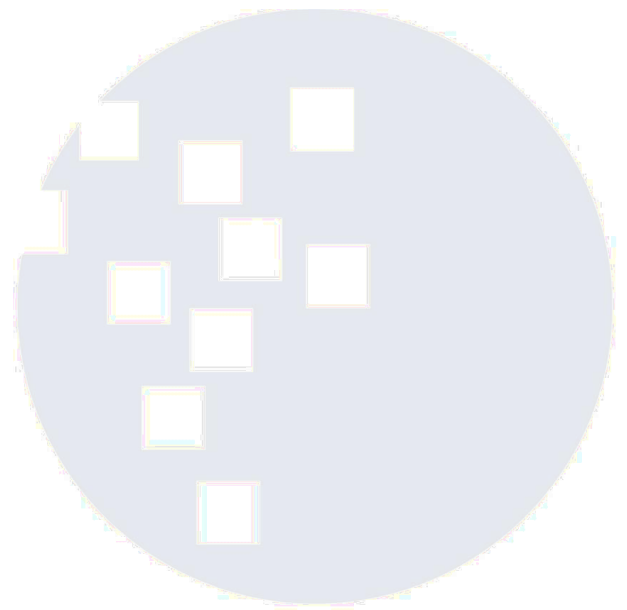
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	26
2.2.1 Teori SOR.....	26
2.3 Landasan Konsep	27
2.3.1 Influencer.....	27
2.3.2 Kredibilitas Influencer.....	30
2.3.3 Viralitas	34
2.3.4 Media Sosial	36
2.3.5 Instagram	38
2.3.6 Tiktok	39

2.3.7 Labubu.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian	44
3.4 Pemilihan Informan	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Keabsahan Data.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	49
4.1.1. Subjek Penelitian	49
4.1.2. Objek Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1. Sumber Informasi	52
4.2.2. Kredibilitas	54
4.2.3. Kompetensi	56
4.2.4. Kepribadian.....	58
4.2.5. Kesesuaian/Relevansi	60
4.2.6. Viralitas	62
4.2.7. Tren Sosial.....	64
4.3 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	114
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	46



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Boneka mainan Labubu	2
Gambar 1. 2 Foto Lisa Blackpink dengan Labubu.....	3
Gambar 1. 3 Data statistic penjualan Pop Mart.....	4
Gambar 1. 4 Foto Gerai Pop Mart Gandaria City	5
Gambar 2. 1 Model Teori S-O-R.....	27
Gambar 4. 1 Sumber Informasi.....	54
Gambar 4. 2 Kredibilitas.....	55
Gambar 4. 3 Kompetensi.....	57
Gambar 4. 4 Kepribadian.....	59
Gambar 4. 5 Kesesuaian/Relevansi.....	61
Gambar 4. 6 Viralitas.....	63
Gambar 4. 7 Tren Sosial.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.Turnitin.....	87
Lampiran B Konsultasi Form	95
Lampiran C Lembar Persetujuan dan Transkrip.....	97
Lampiran D Lembar Persetujuan dan Transkrip	101
Lampiran E Pedoman Wawancara	102
Lampiran F Transkrip wawancara.....	103
Lampiran G Triangulasi Sumber.....	163
Lampiran H Coding Data	169

