

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Sriwijaya angkatan 2017 dan 2018 terkhusus yang mengetahui akun Tiktok @sinfoniadewii. Sinfonia yang memiliki nama lengkap Sinfonia Dewi merupakan salah satu *influencer* yang berada di sosial media Instagram, Tiktok, dan Youtube. Sinfonia merupakan *content creator* yang berasal dari Yogyakarta yang berumur 20 tahun. Ia mulai aktif di Tiktok pada tahun 2020, dengan sebuah konten *unboxing* paket yang ia beli melalui *e-commerce*. Sejak saat itu ia mulai aktif membuat konten di tiktok, mulai dari menceritakan kehidupan pribadinya hingga *review* barang-barang Shopee yang bermanfaat. Konten “Shopee Haul” yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai suatu produk membuat Sinfonia menjadi kebanjiran pengikut, hingga lebih dari 400 ribu pengikut.

Selain suka *mereview* barang yang telah ia beli, Sinfonia juga memberikan informasi mengenai hal-hal yang menarik. Contohnya tentang destinasi yang ada di Jogja, Cafe yang enak untuk dijadikan tempat ngobrol di Jogja, hingga beberapa hotel di Jogja yang terkesan murah namun fasilitasnya mewah. Beberapa produk yang dijelaskan Sinfonia di akun nya juga terkesan *worthit* untuk di beli, dengan harga yang murah namun kualitasnya tetap bagus. Sehingga tidak sedikit juga orang yang langsung keracunan dengan konten yang dibuat oleh Sinfonia dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Cara penyampaian Sinfonia terhadap produk tersebut juga terkesan unik dan menarik, sehingga pengguna Tiktok yang menonton *review* produk menjadi nyaman dan tidak berfikir untuk melewatkan video *review* yang telah dibuat oleh Sinfonia.

Tidak hanya mereview, Sinfonia juga menjelaskan dengan detail tentang barang yang ia rekomendasikan. Contohnya di salah satu konten *review* produk ia mereview sebuah *facial wash* dari salah satu toko di Shopee, ia memerlukan waktu 10 hari untuk benar benar mereview barang tersebut apakah menunjukkan perubahan di mukanya atau tidak. Sehingga para penonton yang melihat konten tersebut menjadi tertarik membeli produk nya karena telah ada informasi yang akurat dan di jelaskan langsung oleh orang yang telah lebih dulu memakai produk tersebut.

#### **4.2 eBright Skin**

Salah satu brand yang gencar dipromosikan oleh Sinfoniamealui akun TikTok adalah eBrightSkin. *eBrightSkin* merupakan produk *skincare* dan *makeup* yang saat ini sedang *booming* dikalangan remaja dan telah lulus uji BPOM dan Halal MUI sehingga aman digunakan pada berbagai jenis kulit. *EbrightSkin* kini menjadi perbincangan hangat karena salah satu produk *skincare* nya yang ampuh membersihkan jerawat pada muka.



**Gambar 4.1 Produk eBright Skin**

Dilihat dari akun pribadi *@ebrightskin* yang menjadi target market produk ini adalah kalangan remaja, dapat dilihat dari *feeds* instagram dan *packaging* yang unik untuk menarik perhatian remaja. Remaja pada saat sekarang kebanyakan lebih penasaran dengan suatu produk ketika melihat *feeds* dan cara promosi yang unik serta *packaging* yang menarik.

Seperti halnya produk *skincare*, *eBrightSkin* tentunya mempunyai tujuan untuk memenuhi keinginan konsumen dalam hal mempercantik dan merawat kulit mereka.

#### **4.3 Universitas Sriwijaya**

Universitas Sriwijaya merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang terletak di Sumatera Selatan, Indonesia yang didirikan pada 29 Oktober 1960. Universitas Sriwijaya memiliki dua kampus yang terletak di Bukit Besar, Palembang dan Indralaya, Ogan Ilir. Memiliki alamat di Jl. Masjid Al Gazali, Bukit Lama, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30128. Universitas Sriwijaya memiliki 10 Fakultas dengan Fakultas Ekonomi sebagai Fakultas pertama di kampus tersebut.

#### **4.4 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik merupakan salah satu dari 10 fakultas yang ada di Universitas Sriwijaya. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik didirikan pada tanggal 12 Februari 1983 berdasarkan keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi No. 7/DJ/Kep/1983, dengan Ilmu Administrasi Negara sebagai bidang Ilmu pertama di FISIP. Hingga saat ini FISIP memiliki empat program studi yaitu Ilmu Administrasi Publik, Sosiologi, Ilmu Komunikasi dan Hubungan Internasional.

#### **4.5 Ilmu Komunikasi**

Ilmu Komunikasi merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jurusan ini ada sejak 2013 berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 195/E/O/2013 pada tanggal 21 Mei 2013 tentang Surat Izin

Penyelenggaraan Program Studi Ilmu Komunikasi. Jurusan Ilmu Komunikasi memiliki mahasiswa aktif mulai dari angkatan 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, dan 2020. Adapun didalam jurusan Ilmu Komunikasi terdapat 4 konsentrasi, yaitu :

1. Hubungan Masyarakat (PublicRelations)
2. Penyiaran (Broadcasting)
3. Jurnalistik
4. Periklanan (Advertising)



**Gambar 4.2**

#### **Logo Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

##### **4.5.1 Visi**

Menjadi Program studi terkemuka dan berbasis riset yang unggul dalam disiplin Ilmu Komunikasi tahun 2025

##### **4.5.2 Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang ilmu komunikasi yang mampu menghasilkan lulusan yang memiliki integritas kepribadian yang luhur, bermoral dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berwatak kebangsaan, berjiwa kepemimpinan, dan kompeten dalam bidang ilmu komunikasi.

2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi yang berkualitas dan memiliki sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pembangunan daerah dan masyarakat.
3. Menyelenggarakan kegiatan pengabdian serta publikasi di bidang ilmu komunikasi yang bermakna tinggi bagi pembangunan daerah dan masyarakat.
4. Membangun jejaring dengan berbagai lembaga terkait baik bersifat kolaboratif maupun kemitraan berdasarkan prinsip-prinsip ilmiah, mandiri, dan manfaat bagi pengembangan kelembagaan, pembangunan daerah, dan masyarakat.