



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK*
PRODUK LAY'S VERSI *SMILE PACK* TERHADAP *BRAND*
AWARENESS
(Survei pada *likers fanspage Facebook Lays Indonesia*)**

SKRIPSI

FITRI MEGAWATI

1310411036

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK*
PRODUK LAY'S VERSI *SMILE PACK* TERHADAP *BRAND*
*AWARENESS***

(Survei pada *likers fanspage Facebook Lays Indonesia*)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

FITRI MEGAWATI

1310411036

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fitri Megawati

NRP : 1310411036

Tanggal : 06 Juli 2017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 06 Juli 2016

Yang Menyatakan,



(Fitri Megawati)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Megawati

NRP : 1310411036

Tanggal : 06 Juli 2017

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Loyalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya berjudul:

“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK* PRODUK LAY’S VERSI *SMILE PACK* TERHADAP *BRAND AWARENESS* (Survei pada *likers fanspage Facebook Lays Indonesia*)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatka, mengelola dan bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 06 Juli 2017

Yang Menyatakan,



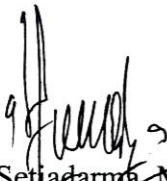
(Fitri Megawati)



PENGESAHAN


Skripsi diajukan oleh:

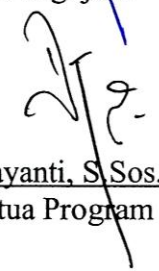
Nama : Fitri Megawati
NRP : 1310411036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK
PRODUK LAY'S VERSI SMILE PACK TERHADAP
BRAND AWARENESS (Survei pada Likers Fanspage
Facebook Lays Indonesia)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.


Drs. Aan Setiadarma, M.Si.
Ketua Penguji


Dr. Sumardi Dahlan, MS.
Penguji I

Dr. Anter Venus, M.A., Comm.
Dekan


Damayanti, S.Scs., M.Si.
Penguji II


Damayanti, S.Sos., M.Si.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 06 Juli 2017

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK
PRODUK LAY'S VERSI SMILE PACK TERHADAP BRAND
AWARENESS
(Survei pada likers fanspage Facebook Lays Indonesia)**

Fitri Megawati

Abstrak

Latar Belakang Penelitian dilatarbelakangi oleh *social media marketing* melalui platform *Facebook* produk Lay's, *social media marketing Facebook* tersebut dapat dilaksanakan untuk meningkatkan *brand awareness*. Tujuan Penelitian adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh *social media marketing Facebook* produk Lay's versi *smile pack* terhadap *brand awareness*. Kajian Teoritis yang digunakan adalah Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Periklanan, Media Baru, *Social Media*, *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness*. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah *likers fanspage Facebook Lays Indonesia* sebanyak 417.421 *likers*, untuk sampelnya menggunakan rumus Yamane maka didapat sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *random sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil uji korelasi variabel X (*Social Media Marketing*) dan Y (*Brand Awareness*) sebesar 0,665. Kemudian, hasil penghitungan uji regresi menggunakan rumus $Y=a+bX$, $Y=7,919 + 0,626X$ didapat hasil pengaruh 7,919 dan kenaikan 0,626. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil adanya pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 55,8 %. Hasil uji t didapat $t_{hitung} > t_{table}$ yaitu $8,824 > 1,981$ maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara *social media marketing* terhadap *brand awareness*.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Social Media Marketing, Brand Awareness

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING
FACEBOOK LAY'S SMILE PACK VERSION TO INCREASE
BRAND AWARENESS
(Survey on *likers fanspage Facebook Lays Indonesia*)**

Fitri Megawati

Abstract

The research background it is based on Social Media Marketing Lay's on Facebook, social media marketing on Facebook is being held by Lay's to increase brand awareness. The purpose of this research is to know how big the influence of social media marketing Facebook Lay's smile pack version on increased brand awareness. The theoretical used for this research are Communications, Marketing Communications, Advertising, New Media, Social Media, Social Media Marketing and Brand Awareness. The research methodology that used is quantitative. Data collection of this study was conducted in a scattering manner the questionnaire. The population in research is likers fanspage Facebook Lays Indonesia with 417.421 likers, to which sample using formulas Yamane then got some 100 respondents. Sampling techniques used the sampling random sample. The result of research showed that correlation test variable X (Social Media Marketing) and variable Y (Brand Awareness) of 0,665. Then, the result of the calculations of regression test using formulas $Y=a+bX$, $Y=7,919 + 0,626X$ obtained the results of the influences of 7,919 and an increase in the influence of 0,626. Based on the calculations of coefficient determination obtain the results of the presence of variable influence X against Y as much as 55,8 %. Testing show t acquired t count > t table namely $8,824 > 1,981$ it can be determined that H_0 were rejected and H_a accepted. The conclusion is that there is a strong impact and significant between of social media marketing on increased brand awareness.

Keyword : Communications, Social Media Marketing, Brand Awareness

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul: Pengaruh *Social Media Marketing Facebook* Produk Lay's Versi *Smile Pack* Terhadap *Brand Awareness* (Survei pada *likers fanspage Facebook Lays* Indonesia). Penulisan Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

Kedua orang tua saya yang amat saya sayangi, Bapak Anton Syaftury dan Ibu Ramsiyah, serta kakak saya Tiar Saputra. Bapak Dr. Anter Venus, M.A., Comm selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Ibu Damayanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jakarta dan dosen pembimbing Skripsi saya. Lalu rekan saya Dyah Dhanasawara Pramathana, R. Ardian Razali, Amd, Rizki Annisa Zen, S.IKom, Tika Rafika Nurdianti, S.IKom, dan Elly Ratnasari, S.IKom yang selalu men-*support* dan memberikan bimbingan kepada saya. Kemudian rekan organisasi saya seluruh pengurus Himaikom periode 2016/2017 dan UKM UFO (UPN Fotografi dan Videografi "Veteran" Jakarta). Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu dan terus memberikan motivasi kepada saya hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi tidak lepas dari hambatan dan kesulitan. Namun, dengan adanya Skripsi ini diharapkan penulis dapat lebih memahami apa yang telah didapat semasa perkuliahan, serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penulis lain. Pada akhirnya, dengan kerendahan hati, penulis menerima saran yang membangun atas penulisan ini.

Jakarta, 06 Juli 2017

Fitri Megawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	9
I.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
I.4.2 Manfaat Praktis	9
I.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1 Teori Dasar	11
II.1.1 Komunikasi	11
II.1.2 Komunikasi Pemasaran	12
II.1.3 Periklanan	13
II.1.4 Media Baru	14
II.1.5 <i>Social Media</i> (Media Sosial)	14
II.1.6 <i>Facebook</i>	15
II.2 Definisi Konsep.....	16
II.2.1 <i>Social Media Marketing</i>	16
II.2.2 <i>Brand Awareness</i>	19
II.2.3 Pengaruh SMM Terhadap Pembentukan <i>Brand Awareness</i>	20
II.3 Kerangka Berpikir	21
II.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Pendekatan Penelitian	22
III.2 Jenis Penelitian.....	22
III.3 Metode Penelitian	22
III.4 Populasi dan Sampel	23
III.4.1 Populasi.....	23
III.4.2 Sampel.....	23
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25

III.6 Operasional Variabel.....	26
III.6.1 Variabel X (<i>Social Media Marketing</i>).....	26
III.6.2 Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	26
III.7 Teknik Analisis Data.....	29
III.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
III.8.1 Uji Validitas	29
III.8.2 Uji Reliabilitas	30
III.8.3 Uji Korelasi	31
III.8.4 Koefisien Determinasi.....	32
III.8.5 Uji Regresi	32
III.8.6 Uji Hipotesis	33
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Perusahaan PepsiCo Inc	35
IV.2 Analisis Penelitian	37
IV.2.1 Karakteristik Responden.....	38
IV.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	41
IV.2.3 <i>Brand Awareness</i>	54
IV.2.4 Analisis <i>Social Media Marketing</i>	57
IV.2.5 Analisis <i>Brand Awareness</i>	59
IV.2.6 Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	60
IV.3 Analisis Inferensial	61
IV.3.1 Uji Koefisien Korelasi	61
IV.3.2 Koefisien Determinasi	62
IV.3.3 Uji Regresi	63
IV.3.4 Uji Hipotesis	63
IV.4 Pembahasan Penelitian.....	64
 BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	67
V.2 Saran.....	68
 DAFTAR PUSTAKA	 78
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Partisipan <i>Social Media Marketing</i> di <i>Social Media Lain (Instagram)</i> ..	4
Tabel 2 <i>Top Brand Award</i> 2016.....	5
Tabel 3 Referensi Jurnal dan Skripsi	6
Tabel 4 Skala Likert	25
Tabel 5 Operasional Variabel.....	27
Tabel 6 Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	31
Tabel 7 Nilai Koefisien Korelasi.....	32
Tabel 8 Waktu Penelitian	34
Tabel 9 Jenis Kelamin	38
Tabel 10 Usia	38
Tabel 11 Pendidikan Terakhir	39
Tabel 12 Pekerjaan	39
Tabel 13 Sumber Informasi.....	39
Tabel 14 Lamanya Menjadi <i>Likers</i>	40
Tabel 15 Pernyataan 1	41
Tabel 16 Pernyataan 2	41
Tabel 17 Pernyataan 3	42
Tabel 18 Pernyataan 4.....	42
Tabel 19 Pernyataan 5	43
Tabel 20 Pernyataan 6.....	43
Tabel 21 Pernyataan 7	44
Tabel 22 Pernyataan 8.....	44
Tabel 23 Pernyataan 9	45
Tabel 24 Pernyataan 10	45
Tabel 25 Pernyataan 11	46
Tabel 26 Pernyataan 12	46
Tabel 27 Pernyataan 13	47
Tabel 28 Pernyataan 14.....	47
Tabel 29 Pernyataan 15	47
Tabel 30 Pernyataan 16.....	48
Tabel 31 Pernyataan 17	48
Tabel 32 Pernyataan 18.....	49
Tabel 33 Rata-Rata Skor <i>Social Media Marketing</i>	59
Tabel 34 Pernyataan 1	50
Tabel 35 Pernyataan 2	50
Tabel 36 Pernyataan 3	51
Tabel 37 Pernyataan 4.....	51
Tabel 38 Pernyataan 5	52
Tabel 39 Pernyataan 6.....	52
Tabel 40 Pernyataan 7	53
Tabel 41 Pernyataan 8.....	53
Tabel 42 Pernyataan 9.....	54
Tabel 43 Pernyataan 10.....	54

Tabel 44 Pernyataan 11	55
Tabel 45 Pernyataan 12	55
Tabel 46 Pernyataan 13	56
Tabel 47 Pernyataan 14	56
Tabel 48 Pernyataan 15	57
Tabel 49 Rata-Rata Skor <i>Brand Awareness</i>	57
Tabel 50 Penilaian <i>Social Media Marketing</i>	57
Tabel 51 Penilaian <i>Brand Awareness</i>	60
Tabel 52 Tabulasi Silang	60
Tabel 53 Uji Koefisien Korelasi	61
Tabel 54 Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 55 Uji Regresi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Statistik Pengguna <i>Social Media</i> Indonesia.....	1
Gambar 2 Efektifitas <i>Facebook marketing</i> dan <i>social media</i> terpenting.....	2
Gambar 3 Tampilan <i>Fanspage Facebook</i> Lays Indonesia.....	3
Gambar 4 Piramida Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	20
Gambar 5 Bagan Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 6 Jumlah <i>Likers Fanspage Facebook</i> Lays Indonesia	23
Gambar 7 Logo Perusahaan PepsiCo Inc.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Pengesahan A.2.2
- Lampiran 2 Lembar Pengesahan A.5
- Lampiran 3 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 4 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 5 Kartu Hasil Studi
- Lampiran 6 Hasil TOEFL
- Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Buku Pinjaman Perpustakaan FISIP
- Lampiran 8 Print Out Pembayaran
- Lampiran 9 Fotocopy Ijazah SMA
- Lampiran 10 Form. Kehadiran mengikuti Sidang Proposal/Skripsi
- Lampiran 11 Sertifikat Out Bound
- Lampiran 12 Kuesioner
- Lampiran 13 Hasil Pengumpulan Data Pre Test
- Lampiran 14 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 15 Hasil Pengumpulan Data Karakteristik Responden
- Lampiran 16 Hasil Pengumpulan Data Variabel X dan Y
- Lampiran 17 Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 18 t Tabel & R. Hitung
- Lampiran 19 *Profil Social Media Lays Indonesia*
- Lampiran 20 *Profil Instagram Brand Produk Kripik Kentang Olahan Beserta Kampanye-nya.*