



Sumber: [google.com/MigoEBike](https://www.google.com/MigoEBike)

Judul Skripsi:

**PENGARUH TERPAAN IKLAN MIGO EBIKE DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA MEREK**

(Survei Penelitian pada *Followers* Migo Ebike di Media Sosial Instagram
@migoid)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan

Dalam memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi

Nama: Muhammad Reynaldi Diarjo

NIM: 1510411033



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar :

Nama : Muhammad Reynaldi Diarjo

NIM : 1510411033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Kamis, 11 Juli 2019

Yang menyatakan,



Muhammad Reynaldi Diarjo

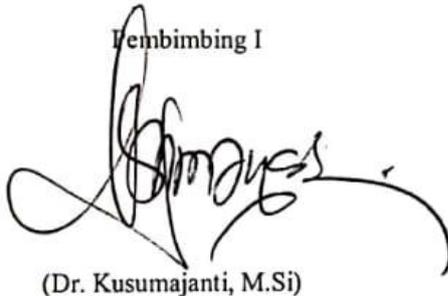
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Muhammad Reynaldi Diarjo
NIM : 1510411033
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek (Survei penelitian pada *followers* Migo Ebike di media sosial Instagram @migoid)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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.

Pembimbing I



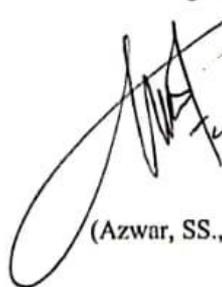
(Dr. Kusumajanti, M.Si)

Pembimbing II



(Dr. Priyono Sadjjo, M.Si)

Ketua Program Studi



(Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : Kamis, 11 Juli 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek (Survei penelitian pada *followers* Migo Ebike di media sosial Instagram @migoid)

Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu berlangsungnya penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Enny Herawati, Bapak M. Rochmad Purboyo dan adik saya yang selalu memberikan tekanan berupa motivasi yang tidak terhingga kepada penulis dalam mengerjakan penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Kusumajanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi sekaligus yang saya anggap menjadi ibu saya selama berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Priyono Sadjjo, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Azwar, S.S., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Sahabat, Kawan, dan Saudara beratasnamakan “Blackhole” yang membuat penulis sadar bahwa lulus terlalu lama juga tidak baik untuk status kejiwaan serta status mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan secepat-cepatnya.
6. Sebuah tempat yang memberikan sensasi rumah bagi penulis “Tridente Coffee” yang selama ini mau menerima penulis dalam menyelesaikan penelitian dalam skripsi ini walaupun penulis tidak membeli apapun dan hanya menggunakan fasilitas Wi-Fi secara gratis.
7. Teman-teman penulis yang ikut merasa dipusingkan oleh skripsi yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Jakarta angkatan 2015 dan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Jakarta angkatan lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu karna kemampuan mengingat saya yang kurang baik yang selalu mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh manusia yang di muka bumi ini terlebih yang berada di Indonesia, yang membuat penulis terus bersemangat untuk bersaing mencari nafkah.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kesalahan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, Kamis, 11 Juli 2019

Muhammad Reynaldi Diarjo

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Reynaldi Diarjo

NIM : 1510411033

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek (Survei penelitian pada *followers* Migo Ebike di media sosial Instagram @migoid) Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Kamis, 11 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Muhammad Reynaldi Diarjo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Manfaat Penelitian	12
I.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
II.1 Penelitian Terdahulu	16
II.2 Konsep-konsep Penelitian	22
II.2.1 Terpaan	22
II.2.1.1 Terpaan Iklan	22
II.2.2 Citra Merek	23
II.2.3 Instagram	25
II.2.4 Migo Ebike	26
II.3 Teori	26
II.3.1 Teori S-O-R	26
II.4 Kerangka Pikir	29
II.5 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
III.1 Metodologi Penelitian	32
III.2 Populasi dan Sampel	32
III.2.1 Populasi	32
III.2.2 Sampel	33
III.3 Teknik Pengumpulan Data	35
III.3.1 Data Primer	35
III.3.2 Data Skunder	36
III.3.3 Variabel Operasional	36
III.4 Teknik Analisis Data	39
III.4.1 Uji Validitas	40
III.4.2 Uji Realiabilitas	42
III.4.3 Uji Korelasi	44
III.4.4 Uji Koefisien Determinasi	45
III.4.5 Uji Hipotesis	45
III.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48

IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
IV.1.1 Migo Ebike di Instagram	48
IV.1.2 Logo Migo Ebike	49
IV.1.3 Visualisasi Konten Migo di Instagram	49
IV.2 Hasil Penelitian	52
IV.2.1 Karakteristik Responden	53
IV.2.2 Analisis Pernyataan Variabel Terpaan Iklan	57
IV.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Citra Merek	70
IV.2.4 Analisis Hasil Uji Korelasi	83
IV.2.5 Analisis Hasil Uji Pengaruh	84
IV.2.6 Analisis Hasil Uji Hipotesis	85
IV.3 Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	91
V.1 Kesimpulan	91
V.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. Pembobotan Skor Skala Likert	36
Tabel 3. Variabel Operasional	38
Tabel 4. Uji Validitas Terpaan Iklan	41
Tabel 5. Uji Validitas Citra Merek	42
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Tabel 7. Uji Reliabilitas Terpaan Iklan	43
Tabel 8. Uji Reliabilitas Citra Merek	44
Tabel 9. <i>Rank Spearman</i>	45
Tabel 10. Jangka Waktu dalam Melakukan Penelitian	47
Tabel 11. Usia Responden	54
Tabel 12. Pekerjaan Responden	55
Tabel 13. Apakah mengikuti Migo Ebike di akun Instagram @migoid :	56
Tabel 14. Apakah anda pernah menggunakan Migo Ebike :	56
Tabel 15. Apakah anda berdomisili di D.K.I Jakarta :	57
Tabel 16. Pernyataan X1	58
Tabel 17. Pernyataan X2	59
Tabel 18. Pernyataan X3	60
Tabel 19. Pernyataan X4	61
Tabel 20. Pernyataan X5	62
Tabel 21. Pernyataan X6	64
Tabel 22. Pernyataan X7	65
Tabel 23. Pernyataan X8	66
Tabel 24. Pernyataan X9	67
Tabel 25. Pernyataan X10	68
Tabel 26. Pernyataan X11	69
Tabel 27. Pernyataan Y1	70
Tabel 28. Pernyataan Y2	71
Tabel 29. Pernyataan Y3	72
Tabel 30. Pernyataan Y4	73
Tabel 31. Pernyataan Y5	74
Tabel 32. Pernyataan Y6	75
Tabel 33. Pernyataan Y7	76
Tabel 34. Pernyataan Y8	78
Tabel 35. Pernyataan Y9	79
Tabel 36. Pernyataan Y10	80
Tabel 37. Pernyataan Y11	81
Tabel 38. Pernyataan Y12	82
Tabel 39. Hasil perhitungan uji korelasi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Panjang dan Luas serta Status Jalan Menurut Jenisnya yang berada di DKI Jakarta	2
Gambar 2. Luas suatu Daerah Administrasi yang dibagikan Menurut Kabupaten/Kota Administrasi, 2009-2013	3
Gambar 3. Data 10 besar kota termacet di dunia	4
Gambar 4. Data kota paling berpolusi di dunia	6
Gambar 5. Kendaraan Migo Ebike	9
Gambar 6. 10 Negara dengan pengguna Aktif Instagram terbesar di Dunia	11
Gambar 7. Teori S-O-R	27
Gambar 8. Kerangka pikir	30
Gambar 9. Jumlah pengikut @migoid di media sosial Instagram	33
Gambar 10. Logo Migo Ebike	49
Gambar 11. Perayaan Sejuta Pohon 2019	49
Gambar 12. Perayaan Hari Valentine 2019	50
Gambar 13. Kendaraan Bebas Polusi	51
Gambar 14. Perayaan Earth Day 2019	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	A1
Lembar Kuesioner	A1
Lembar Kuesioner Google Form	A7
Hasil Data Pernyataan Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike Di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek	A10
Uji Validitas Variabel X	A13
Uji Validitas Variabel Y	A14
Uji Reliabilitas Variabel X	A15
Uji Reliabilitas Variabel Y	A15
Lampiran B	B1
Daftar Riwayat Hidup	B1