



Judul Skripsi :

**PENGARUH IKLAN BARBERSHOP BRONZE PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS*.**

(Survei pada *Followers* Instagram Barbershop Bronze Di Margonda Depok)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Luthfi Fahreza

NIM : 1410411132



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

PERSEMBAHAN

Teruntuk Kedua Orang Tua ku Tercinta, orang-orang yang berjasa dalam penyusunan skripsiku Dari awal hingga akhir, tiada kata yang dapat saya ucapkan untuk kalian Satu persatu, hanya kata terimakasih yang dapat saya ucapkan untuk menggambarkan rasa terimakasihku untuk kalian semua.

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Luthfi Fahreza

NRP : 1410411132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 19 Januari 2019

Yang Menyatakan.



M. Luthfi Fahreza

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Muhammad Luthfi Fahreza

NRP : 1410411132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

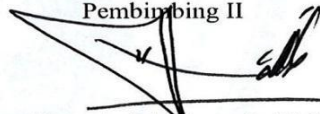
Judul : **PENGARUH IKLAN BARBERSHOP BRONZE
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
BRAND AWARENESS.**
(Survei Pada *Followers Instagram* Barbershop Bronze Di
Margonda Depok)

Pembimbing I



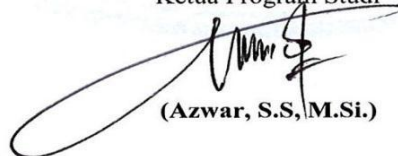
(Drs. Supratman, M.Si.)

Pembimbing II



(Dra. Aniek Nawatie, M.Si.)

Ketua Program Studi



(Azwar, S.S., M.Si.)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Barbershop Bronze Pada Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness*” (Survei Pada Followers Instagram Barbershop Bronze Di Margonda Depok), ini berhasil diselesaikan. Atas selesainya Skripsi ini, tidak lupa ucapan terimakasih disampaikan kepada Drs Supratman, M.Si selaku pembimbing 1 Skripsi, dan Dra. Aniek Irawatie, M.Si selaku pembimbing 2 yang telah memberikan masukan – masukan, kritik serta saran yang sangat bermanfaat dalam pembuatan Skripsi ini. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Dr. Anter Venus, MA.Comm, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Azwar,S.S, M.Si, Kedua orang tua, Ayah dan Ibu serta Teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan semangat agar dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis tak lupa ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Skripsi serta sahabat-sahabat penulis yang selalu memberi semangat, Bima dwi T , M,Fikri, Iswandi, Sandhika Yudha Prima, Adji Hartono, Alexander Chakra dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, atas semangat dan bantuannya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semuanya dengan limpahan rahmat dan ridho-Nya yang tak terhingga. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca. Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan Skripsi ini. Atas segala perhatiannya penulis mengucapkan terimakasih.

Pada tgl : 19 januari 2019

Yang Menyatakan.



M. Luthfi Fahreza

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Luthfi Fahreza
NRP : 1410.411.132
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : PENGARUH IKLAN BARBERSHOP BRONZE PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHDAP *BRAND AWARENESS*.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tgl : 19 januari 2019

Yang Menyatakan.


M. Luthfi. Fahreza

**PENGARUH IKLAN BARBERSHOP BRONZE PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survei Pada *Followers Instagram* Barbershop Bronze Di Margonda
Depok)**

Muhammad Luthfi Fahreza

ABSTRAK

Bisnis barbershop saat ini sangat menjamur di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia, karena bisnis barbershop sangat menjanjikan dan menjadi peluang bisnis untuk kaum muda. Kondisi tersebut juga akan menimbulkan persaingan antara Babershop khususnya di wilayah Depok, sehingga Barbershop Bronze harus mempertahankan *eksistensinya*. **Penelitian ini membahas** tentang bagaimana Pengaruh Iklan Barbershop Bronze Pada Media Sosial *Instagram* Terhadap *Brand Awaraness*. **Tujuan penelitian** dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh iklan Barbershop Bronze pada media sosial *instagram* terhadap *Brand Awaraness*. **Teori penelitian** menggunakan S-O-R. **Metode penelitian** ini menggunakan metode kuantitatif. **Sampel dalam penelitian** ini adalah *followers* Instagram Barbershop Bronze yang berjumlah 98 responden. **Hasil uji kolerasi** diketahui memiliki pengaruh yang cukup kuat artinya, bahwa pengaruh iklan Barbershop Bronze di media sosial Instagram dapat diterima *Followers* Barbershop Bronze. **Hasil uji** pengaruh diketahui memiliki pengaruh yang signifikan, dikarenakan, generasi muda saat ini sedang marak menggunakan Instagram sebagai media pertukaran informasi. **Hasil pengujian hipotesis** yaitu besarnya pengaruh iklan Barbershop bronze pada media sosial Instagram, mempengaruhi *Brand Awaraness*. **Kesimpulan penelitian ini** terdapat hubungan yang cukup kuat antara pengaruh iklan pada media sosial Instagram dengan *Brand Awaraness* terhadap iklan Barbershop Bronze.

Kata kunci: Iklan, *Instagram*, *Brand Awaraness*.

***THE EFFECT OF BRONZE ADVERTISING BARBERSHOP ON SOCIAL
INSTAGRAM MEDIA TOWARDS BRAND AWARENESS***

(Survey To Followers Instagram Barbershop Bronze At Margonda Depok)

Muhammad Luthfi Fahreza

ABSTRACT

The barbershop business is currently mushrooming throughout the world, not least in Indonesia, because the barbershop business is very promising and a business opportunity for young people. This condition will also lead to competition between Babershop, especially in the Depok area, so Barbershop Bronze must maintain its existence. This study discusses how the Effect of Barbershop Bronze Ads on Instagram Social Media Against Awaraness Brands. The purpose of the study in this study was to find out and measure how much influence Barbershop Bronze advertising on social media instagram on Brand Awaraness. Research theory uses S-O-R. This research method uses quantitative methods. The sample in this study were Barbershop Bronze Instagram followers, totaling 98 respondents. The results of the correlation test are known to have a strong enough effect, meaning that the influence of Barbershop Bronze ads on Instagram social media can be accepted by Barbershop Bronze followers. The effect of the test results is known to have a significant effect, because, the younger generation is currently rife using Instagram as a medium of information exchange. The results of hypothesis testing, namely the magnitude of the influence of Barbershop bronze ads on Instagram social media, affect the Awaraness Brand. The conclusion of this study is that there is a strong relationship between the influence of advertisements on Instagram social media and Brand Awaraness on Barbershop Bronze ads.

Keywords: Ads, Instagram, Brand Awaraness.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
I.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	12
2.2.1 Pengaruh.....	12
2.2.2 Pengertian Periklanan.....	13
2.2.3 Tujuan Periklanan.....	14
2.2.4 Media Sosial.....	14
2.2.5 Pengertian Iklan.....	15
2.2.6 Instagram.....	17
2.2.7 Brand Awareness.....	18
2.3 Teori Penelitian.....	19
2.3.1 Teori SOR (<i>Stimulus Organism Respon</i>).....	19
2.4 Kerangka Berfikir.....	21
2.5 Hipotesis Penelitian.....	22
2.6 Operasionalisasi Variabel.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Pendekatan penelitian.....	24
3.2 Metode penelitian.....	24
3.3 Populasi dan sampel.....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Metode pengumpulan data.....	27
3.4.1 Data Primer.....	28
3.4.2 Data Sekunder.....	29

3.4.3 Deskripsi Variabel.....	29
3.5 Tabel Operasional.....	30
3.6 Metode Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Realibilitas.....	34
3.6.3 Uji Kolerasi.....	36
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	37
3.6.5 Uji Hipotesis.....	37
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
BAB IV HASIL PEMBAHASAAN DAN PENELITIAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Lokasi Barbershop Bronze.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Barbershop Bronze.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi Barbershop Bronze.....	42
4.1.4 Sosial Media <i>Instagram</i> Barbershop Bronze.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X : Iklan.....	47
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y : <i>Brand Awaraness</i>	60
4.3 Teknik Analisis Data.....	69
4.3.1 Uji Korelasi.....	69
4.3.2 Koefisien Determinasi.....	70
4.3.3 Uji Hipotesis.....	71
4.4 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	i

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Barbershop di Depok.....	3
Tabel 2. penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. kerangka Berfikir.....	21
Tabel 4. Skala Likert.....	29
Tabel 5. Operasional Variabel X.....	30
Tabel 6. Operasional Variabel Y.....	31
Tabel 7. Uji Validitas X Pretest.....	33
Tabel 8. Uji Validitas Y Pretest.....	34
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	35
Tabel 10. Uji Realibilitas X Pretest.....	35
Tabel 11. Uji Realibilitas Y Pretest.....	36
Tabel 12. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
Tabel 13. Outlite Barbershop Bronze.....	40
Tabel 14. Usia Responden.....	45
Tabel 15. Jenis Kelamin.....	45
Tabel 16. Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 17. Pekerjaan.....	46
Tabel 18. Pernyataan tayangan iklan Barbershop Bronze.....	47
Tabel 19. Pernyataan 1.....	47
Tabel 20. Pernyataan 2.....	48
Tabel 21. Pernyataan 3.....	49
Tabel 22. Pernyataan 4.....	49
Tabel 23. Pernyataan 5.....	50
Tabel 24. Pernyataan 6.....	50
Tabel 25. Pernyataan 7.....	51
Tabel 26. Pernyataan 8.....	52
Tabel 27. Pernyataan 9.....	52
Tabel 28. Pernyataan 10.....	53
Tabel 29. Pernyataan 11.....	54
Tabel 30. Pernyataan 12.....	54
Tabel 31. Pernyataan 13.....	55
Tabel 32. Pernyataan 14.....	55
Tabel 33. Pernyataan 15.....	56
Tabel 34. Pernyataan 16.....	57
Tabel 35. Pernyataan 17.....	57
Tabel 36. Pernyataan 18.....	58
Tabel 37. Penilaian Iklan (Variabel X).....	59
Tabel 38. Pernyataan 1.....	60
Tabel 39. Pernyataan 2.....	61
Tabel 40. Pernyataan 3.....	61
Tabel 41. Pernyataan 4.....	62
Tabel 42. Pernyataan 5.....	62

Tabel 43. Pernyataan 6.....	63
Tabel 44. Pernyataan 7.....	64
Table 45. Pernyataan 8.....	64
Tabel 46. Pernyataan 9.....	65
Tabel 47. Pernyataan 10.....	65
Tabel 48. Pernyataan 11.....	66
Tabel 49. Pernyataan 12.....	66
Tabel 50. Pernyataan 13.....	67
Tabel 51. Penilaian Brand Awaraness (Variabel Y).....	68
Tabel 52. Nilai Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 53. Hasil uji kolerasi.....	70
Tabel 54. Koefisian Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Fasilitas Barbershop Bronze.....	5
Gambar 2. Pelayanan Barbershop Bronze.....	5
Gambar 3. Suasana Barbeshop Bronze.....	6
Gambar 4. Teori SOR.....	20
Gambar 5. <i>Followers Instagram</i> Barbershop Bronze.....	26
Gambar 6. Logo Barbershop Bronze.....	39
Gambar 7. Struktur Organisasi Barbershop Bronze.....	42
Gambar 8. Instagram Barbershop Bronze.....	44