



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI
PRODUK ROLL TO DEFINER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI
TERHADAP *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @BARENBLISS_ID**

**Tugas Akhir Skripsi Ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana**

Nama : Putri Maryam

NIM : 2210411124



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA
TAHUN 2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Putri Maryam

NIM : 2210411124

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 27 Juni 2026

Yang menyatakan,



Putri Maryam

Putri Maryam, 2026

PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROLL TO DEFINEER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @BARENBLISS_ID

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Putri Maryam
NIM : 2210411124
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Paparan Iklan di Instagram Terhadap Minat Beli Produk
Roll to Definer Steel Mascara dari Barenbliss: Survei Terhadap
Followers Instagram @barenbliss_id

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Putri Maryam

Putri Maryam, 2026

**PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROLL TO
DFINEER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @BARENBLISS_ID**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Putri Maryam
NIM : 2210411124
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu 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 PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT
BELI PRODUK ROLL TO DEFINER STEEL MASCARA DARI
BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS INSTAGRAM
@BARENBLISS_ID**

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/Tugas Akhir 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 : 9 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Putri Maryam

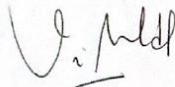
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Putri Maryam
NIM : 2210411124
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Paparan Iklan di Instagram terhadap Minat Beli Produk Roll to Definer Steel Mascara dari Barenbliss: Survei pada Followers Instagram @Barenbliss_id

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



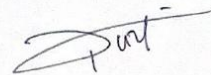
Vina Mahdalena, S.I.Kom., M.Si

Penguji 1



Dr. Witanti Prihatiningsih., M.I.Kom

Penguji 2



Puri Bestari Madani, S.Hum., M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos., MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Jumat, 17 Juli 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh paparan iklan di Instagram terhadap minat beli produk Roll to Definer Steel Mascara dari Barenbliss pada pengikut akun Instagram @barenbliss_id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif. Paparan iklan diukur berdasarkan *cognitive response theory* melalui dimensi *product/message thoughts*, *source-oriented thoughts*, dan *ad execution thoughts*, sedangkan minat beli diukur melalui *brand attitude* dan *attitude toward the advertisement*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan iklan di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Roll to Definer Steel Mascara dari Barenbliss dengan kontribusi sebesar 41,5%. Pengaruh tersebut didukung oleh penyampaian informasi produk yang jelas, penyajian manfaat dan klaim produk yang meyakinkan, kredibilitas merek sebagai sumber pesan, serta eksekusi iklan yang menarik melalui visual, pemilihan warna, kreativitas penyampaian pesan, dan penggunaan format video pendek (Reels). Kombinasi aspek-aspek tersebut mampu membentuk respons kognitif positif pada audiens sehingga meningkatkan ketertarikan dan minat untuk membeli produk.

Kata kunci: *Cognitive Response Theory*, Instagram, Minat Beli, Paparan Iklan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Instagram advertising exposure on purchase intention toward Barenbliss's Roll to Definer Steel Mascara among followers of the Instagram account @barenbliss_id. This research employed a quantitative approach with an explanatory method. Advertising exposure was measured using the Cognitive Response Theory, which consists of the dimensions of product/message thoughts, source-oriented thoughts, and ad execution thoughts, while purchase intention was measured through brand attitude and attitude toward the advertisement. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using a purposive sampling technique and analyzed using SPSS version 26. The findings indicate that Instagram advertising exposure has a positive and significant effect on consumers' purchase intention, contributing 41.5% to purchase intention. This effect is driven by clear product information, convincing product benefits and claims, the brand's credibility as the message source, and engaging advertising execution through appealing visuals, color selection, creative message delivery, and the use of short-form video (Reels). These elements generate positive cognitive responses among the audience, thereby increasing their interest and intention to purchase the product.

Keywords: *Advertising Exposure, Cognitive Response Theory, Instagram, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Paparan Iklan di instagram terhadap Minat Beli Produk Roll to Definer Steel Mascara dari Barenbliss: Survei pada Followers Akun Instagram @barenbliss-id” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada orang tua penulis, Bapak Baedi dan Almh. Ibu Sri Lestari, yang sennatiasa memberikan soa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi motivasi dan semangat terbesar bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kak Vina Mahdalena, S.IKom., M.Si selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan ilmu, saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi
2. Bapak Zayyin Abdul Quddus., S.Pd, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan
3. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan
4. Kakak serta Kakak Ipar penulis, Zakiah, S.T dan Anton Novianto, S.Hum yang juga senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan baik moral dan material serta menjadi tempat keluh kesah selama proses penyusunan skripsi
5. Keponakan penulis, Ken Abiratha, yang dengan keceriaan dan tingkah lucunya menjadikan semangat serta motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi
6. Senat Mahasiswa FISIP, terimakasih atas segala pengalaman, kerjasama dan dukungan, serta menjadi tempat bagi penulis untuk belajar, bertumbuh dan berkembang selama masa perkuliahan
7. Sahabat-sahabat terdekat penulis, yang selalu menemani proses penulisan, memberikan dukungan, serta menjadi tempat keluh kesan selama proses penyusunan skripsi
8. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa saling memberi dukungan, motivasi, serta kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini
9. EXO, melalui karya, pesan dan ketulusannya telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi penulis. Terimakasih telah menemani penulis sejak dahulu hingga proses penyusunan skripsi ini. Di berbagai fase, baik sangat semangat hingga

Putri Maryam, 2026

**PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTGARAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROLL TO
DFINEER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @BARENBLISS_ID**

vii

- jenuh dan hampir menyerah, karya-karya tersebut menjadi sumber bahagia dan motivasi penulis untuk terus melangkah hingga dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Seseorang yang raganya tidak lagi di sini tetapi jiwanya akan selalu ada di hati penulis, terimakasih telah menjadi sumber semangat dan motivasi penulis dalam mengejar kampus UPN Veteran Jakarta sehingga kini penulis dapat berkuliah dan meraih gelar melalui kampus ini
 11. Terakhir, untuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang, bertahan dan tidak menyerah walaupun dihadapkan dengan berbagai kesulitan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah selalu berkomitmen, mengusahakan dan tidak pernah ragu atas diri sendiri sehingga mampu meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Praktis	11
1.5.2 Manfaat Teoritis	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Penelitian	14
2.1.1 <i>Cognitive Response Theory</i> (Teori Kognitif Respon).....	14
2.2 Konsep Penelitian.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	17
2.2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 Iklan.....	20
2.2.2.1 Definisi Iklan	20

Putri Maryam, 2026

**PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROLL TO
DFINEER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @BARENBLISS_ID**

ix

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

2.2.2.2	Dimensi Iklan.....	21
2.2.3	Media Sosial Instagram.....	23
2.2.3.1	Definisi Media Sosial.....	23
2.2.3.2	Media Sosial Instagram	23
2.2.3.3	Instagram sebagai Platform Pemasaran Digital	23
2.2.4	Minat Beli	24
2.2.4.1	Definisi Minat Beli	24
2.2.4.2	Dimensi Minat Beli.....	26
2.3	Hubungan Antarvariabel	26
2.3.1	Pengaruh Iklan di Instagram terhadap Minat Beli	27
2.4	Kerangka Pemikiran	28
2.5	Hipotesis Penelitian	29
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Jenis Penelitian	32
3.3	Definisi Operasional Variabel	32
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Sampel.....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Sumber Data	36
3.6.1	Data Primer	36
3.6.2	Data Sekunder	37
3.7	Metode Analisis.....	37
3.7.1	Uji Instrumen	37
3.7.1.1	Uji Validitas.....	37
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	39
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	41
3.7.2.2	Uji Linearitas	41
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.3	Uji Statistik	42
3.7.3.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	42

3.7.3.2	Uji Koefisien Determinasi	43
3.8	Pengujian Hipotesis	43
3.8.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	43
3.9	Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1	Profile Umum Barenbliss	45
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Karakteristik Responden	48
4.2.2	Analisis Data Variabel X	52
4.2.3	Analisis Data Variabel Y	62
4.3	Teknik Analisis Data	70
4.3.1	Uji Statistik Deskriptif	70
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.3.2.1	Uji Normalitas	72
4.3.2.2	Uji Linearitas	73
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.3.3	Uji Statistik	76
4.3.3.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	76
4.3.3.2	Uji Koefisien Determinasi	78
4.3.4	Pengujian Hipotesis	80
4.3.4.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	80
4.4	Pembahasan	81
4.4.1	Pembahasan Paparan Iklan di Instagram terhadap Minat Beli	81
4.4.2	Kaitan Hasil Penelitian dengan Cognitive Response Theory	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
5.2.1	Saran Praktis	89
5.2.2	Saran Teoritis	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		95

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	39
Tabel 3. 4 Nilai Alpha Cronbach's	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	40
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	41
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden (n=100).....	50
Tabel 4.4 Pertanyaan 1	50
Tabel 4.5 Pertanyaan 2.....	51
Tabel 4.6 Pertanyaan 3.....	51
Tabel 4.7 Pernyataan 1	52
Tabel 4.8 Pernyataan 2.....	53
Tabel 4.9 Pernyataan 3.....	54
Tabel 4.10 Pernyataan 4.....	54
Tabel 4. 11 Pernyataan 5.....	55
Tabel 4.12 Pernyataan 6.....	56
Tabel 4. 13 Pernyataan 7.....	57
Tabel 4. 14 Pernyataan 8.....	57
Tabel 4. 15 Pernyataan 9.....	58
Tabel 4. 16 Pernyataan 10.....	59
Tabel 4. 17 Pernyataan 11.....	60
Tabel 4.18 Pernyataan 12.....	60
Tabel 4. 19 Nilai Rata-Rata Item Variabel X.....	61
Tabel 4.20 Pernyataan 1	63
Tabel 4. 21 Pernyataan 2.....	64
Tabel 4. 22 Pernyataan 3.....	64
Tabel 4.23 Pernyataan 4.....	65
Tabel 4.24 Pernyataan 5.....	66
Tabel 4. 25 Pernyataan 6.....	67
Tabel 4.26 Pernyataan 7.....	68
Tabel 4.27 Pernyataan 8.....	69
Tabel 4.28 Nilai Rata-Rata Item Variabel Y.....	69
Tabel 4.29 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	70
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 31 Hasil Uji Linearitas.....	73
Tabel 4. 32 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.33 Hasil ANOVA Regresi	77
Tabel 4.34 Coefficients dan Persamaan Regresi.....	77

Putri Maryam, 2026

**PENGARUH PAPARAN IKLAN DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROLL TO
DFINEER STEEL MASCARA DARI BARENBLISS: SURVEI TERHADAP FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM @BARENBLISS_ID**

xii

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Tabel 4. 35 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	79
Tabel 4.36 Hasil Koefisien Determinasi1	79
Tabel 4.37 Hasil uji t.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Platform Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Brand Mascara Terlaris Pada Platform Shopee.....	6
Gambar 2.1 Model Cognitive Response Theory.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Logo Barenbliss.....	45
Gambar 4.2 Produk Roll to Definer Steel Mascara.....	47
Gambar 4.3 Grafik Normal Q-Q Plot.....	73
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot Paparan Iklan terhadap Minat Beli	74
Gambar 4.5 Grafik Scatterplot residual antara Regression Standarized Predicted Value dan Regression Standarized Residual.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir.....	95
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	96
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	97
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Proposal Skripsi	98
Lampiran 5. Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	99
Lampiran 6. Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 7. Data Pretest 30 Responden.....	104
Lampiran 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Output SPSS.....	107
Lampiran 9. Coding Book.....	109
Lampiran 10. Output SPSS Uji Asumsi Klasik	118
Lampiran 11. Output SPSS Uji Statistik.....	120
Lampiran 12. Output SPSS Uji Hipotesis.....	120