



(Sumber : Instagram @KemenkopUKM)

**Judul Skripsi:**

**Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI #pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap Peningkatan Promosi UKM di Indonesia**

**(Survey terhadap *followers* Instagram @KemenkopUKM)**

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

**Nama : Alysha Tri Wardhani  
NIM : 1610411059**



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



**Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI  
#pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap  
Peningkatan Promosi UKM di Indonesia  
(Survey terhadap *followers* Instagram @KemenkopUKM)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana**

**Ilmu Komunikasi**

**Alysha Tri Wardhani**

**1610411059**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2020**

*Ku persembahkan Skripsi ini untuk orang tersayang yaitu Ayah, Ibu, dan Abang –  
abangku.*

*Terima kasih atas dukungan doa dan moril selama ini, hingga penulis bisa  
menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.*

*With Love  
Alysha Tri W*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alysha Tri Wardhani  
NRP : 1610411059  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations

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

Jakarta, 18 Juli 2020

Yang menyatakan



Alysha Tri wardhani

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Alysha Tri Wardhani

NIM : 1610411059

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI #pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap peningkatan promosi UKM di Indonesia (*Survey terhadap followers Instagram @KemenkopUKM*)

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 Utama



Yani Hendrayani, Ph.D.

### Pembimbing Pendamping



Uljanatunnisa, Ma.

### Plh. Ketua Program Studi



Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 18 Juli 2020

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI #pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap peningkatan promosi UKM di Indonesia** ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi program S1 yang telah menjadi standar dan ditetapkan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Adapun dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis bersyukur kepada keluarga dan orang – orang sekitar, yang telah mendukung dalam pengerjaan skripsi ini, hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Ayah Wahab dan Ibu Susi yang selalu mendoakan, memberikan dukungan morel dan materiel, serta nasehat kepada penulis. Lalu, kedua abang saya Shahnun dan Zacky yang turut memberikan semangat dalam menjalani perkuliahan dari awal hingga penyelesaian skripsi ini, dan tak lupa juga untuk keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis selama ini.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M,Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
4. Yani Hendrayani, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian skripsi ini. Terima kasih banyak atas

bimbingan, arahan, semangat serta dukungan penuh kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

5. Uljanatunnisa, MA selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan arahan mengenai sistematika penulisan yang baik, serta semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
6. Maria Febiana Christanti, M,Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
7. *Staff* Tata Usaha dan Akademik Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jakarta yang telah memfasilitasi penulis dalam pengurusan segala administrasi untuk keperluan penelitian skripsi ini.
8. Darmono, M.Ikom selaku Kepala Bagian Humas dan Advokasi Hukum Kementerian Koperasi dan UKM RI.
9. M. Maulana, M.Ikom selaku Kasubag Advokasi Hukum Kementerian Koperasi dan UKM RI yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian bagian Humas di Kementerian Koperasi dan UKM RI.
10. RR. Dwitya Suci yang telah membantu penulis dalam menjawab pertanyaan seputar topik penelitian skripsi.
11. Pihak *followers* Instagram @KemenkopUKM yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibuat oleh penulis.
12. Teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selama menyelesaikan skripsi selalu menyemangati dan membantu satu sama lain.
13. Teman – teman di The Jones Amel, Ana, Dea, Erisha, Hapsari, dan Ira sebagai partner yang telah memberikan semangat dan berjuang bersama selama proses pembuatan skripsi.

14. Teman – teman penghilang rasa jenuh Refi Mawaddah, Lisna Ika, Shabrina Permata, Nadila Halystia, Nurun Nisa, dan Egy Setiawan atas tawa dan canda untuk menghibur penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih banyak kekurangan. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Jakarta, 30 Juni 2020

Alysha Tri Wardhani



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Alysha Tri Wardhani  
NRP : 1610411059  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan 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 :

**Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI #pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap peningkatan promosi UKM di Indonesia**

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 : 18 Juli 2020

Yang menyatakan



Alysha Tri Wardhani

**Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI  
#pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap  
peningkatan promosi UKM di Indonesia  
(Survey terhadap *followers Instagram @KemenkopUKM*)**

**Alysha Tri Wardhani**

**ABSTRAK**

**Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui seberapa besar Efektivitas Layanan Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI #pasarsenenUKM di media sosial Instagram terhadap peningkatan Promosi UKM di Indonesia (*survey terhadap followers Instagram @KemenkopUKM*). **Konsep atau Teori** yang relevan dalam penelitian ini adalah *The Hierarchy of Effects Concept*. Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif**, dengan **metode survey** menggunakan **kuesioner**. Sampel dalam penelitian adalah *followers* dari Instagram @KemenkopUKM dengan jumlah 100 responden. **Teknik penarikan sampel** dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yang artinya metode untuk penetapan sampel yang dilakukan dengan cara menentukan target dari element populasi. **Teknik pengujian data** menggunakan program *Windows Statistic Program For Social Science (SPSS)* versi 22. **Hasil dari penelitian ini** menunjukkan bahwa korelasi antara variabel X (Efektivitas Layanan Humas) dengan variabel Y (Promosi UKM) memiliki hubungan yang kuat sebesar 0,769. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 59%. Hasil dari uji hipotesis dengan t hitung sebesar 11,912 yang dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas layanan humas Kementerian Koperasi dan UKM #pasarsenenUKM di media sosial Instagram @KemenkopUKM terhadap peningkatan promosi UKM di Indonesia.

**Kata Kunci : Efektivitas Layanan, Instagram, Kementerian Koperasi dan UKM RI, Promosi UKM**

***The effectiveness of public relations services from the Ministry of Cooperatives and SMES #pasarsenenUKM on social media Instagram @KemenkopUKM to increase promotion of SMES in Indonesia***  
***(Survey of Instagram followers @KemenkopUKM)***

**Alysha Tri Wardhani**

**ABSTRACT**

***This Research is intended to measure the effectivity of The Public Relation service of The Ministry of Cooperation and Small and Medium Business (SMB) #pasarsenenUKM on Instagram social Media towards the enhancement of SMB prospect (Surveys of Instagram follower of @KemenkopUKM account). The relevant concept and theory of this research is The Hierarchy of Effects Concept. This research uses a quantitative approach, with a survey method using a questionnaire. The sample in this study is followers of Instagram @KemenkopUKM with 100 respondents. The sampling technique in this study uses non probability sampling with the type of purposive sampling which means the method for determining the sample is done by determining the target of the population element. The data testing technique using the Windows Statistics Program for Social Science (SPSS) version 22. The result of this study indicate that the correlation between variable X (Effectiveness of Public Relations Services) with Y variable (Promotion of SMEs) has a strong relationship of 0.769. Based on the calculation of the coefficient of determination results obtained the influence of variable X on variable Y by 59%. The results of the hypothesis test with a t count of 11,912 which can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted, which means there is a significant influence between the effectiveness of the Ministry of Cooperatives and SMEs #pasarsenenUKM public relations services on Instagram @KemenkopUKM social media on increasing promotion of SMEs in Indonesia.***

***Keywords : Instagram, Ministry of Cooperation and Small and Medium Busines, Service Effectivity, SMB Promotion***

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep – Konsep Penelitian.....	13
2.2.1 Efektivitas .....	13
2.2.2 Layanan.....	15
2.2.3 Public Relations / Humas.....	16
2.2.4 Humas Pemerintah .....	17
2.2.5 Kementerian Koperasi dan UKM RI .....	19
2.2.6 #pasarsenenUKM.....	19

2.2.7 Media Sosial .....	20
2.2.8 Instagram .....	20
2.2.9 Promosi .....	22
2.2.10 UKM .....	23
2.3 Teori Penelitian .....	25
2.3.1 Teori The Hierarchy of Effects Concept.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran .....	28
2.5 Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Jenis Penelitian .....	30
3.3 Metode Penelitian .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel .....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5.1 Data Primer .....	34
3.5.2 Data Sekunder.....	35
3.5.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	36
3.5.3.1 Variabel bebas / Independent Variable .....	36
3.5.3.2 Variabel terikat / Dependent Variable .....	38
3.5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
3.5.4.1 Uji Validitas .....	40
3.5.4.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.6 Metode Analisis Data .....	42
3.6.1 Uji Korelasi.....	42
3.6.2 Koefisien Determinasi .....	43
3.6.3 Uji Regresi .....	44
3.6.4 Uji Hipotesis .....	44
3.7 Hasil Pre Test .....	45
3.7.1 Hasil Uji Validitas .....	46
3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49

<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Profil Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	50
4.1.1 Sejarah Kementerian Koperasi dan UKM RI .....	50
4.1.2 Logo Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	57
4.1.3 Visi dan Misi Kementerian Koperasi dan UKM RI .....	57
4.1.4 Struktur Organisasi Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	59
4.1.5 Sejarah Layanan #pasarsenenUKM.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2.2 Deskripsi Data Pernyataan Variabel X .....	63
4.2.3 Deskripsi Data Pernyataan Variabel Y .....	76
4.3 Teknik Analisis Data .....	88
4.3.1 Uji Korelasi.....	88
4.3.2 Koefisien Determinasi .....	89
4.3.3 Uji Regresi .....	91
4.3.4 Uji Hipotesis .....	92
4.4 Pembahasan .....	93
<b>BAB V.....</b>	<b>97</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. <i>Hierarchy of Effects Concept</i> .....	26
Tabel 3. Kerangka Berpikir.....	28
Tabel 4. Data Skala Likert.....	35
Tabel 5. Operasional Variabel X.....	37
Tabel 6. Operasional Variabel Y.....	39
Tabel 7. Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach's</i> .....	42
Tabel 8. Uji Korelasi.....	43
Tabel 9. Jumlah Sampel <i>Pre Test</i> .....	45
Tabel 10. Uji Validitas Variabel X Item – Total Statistic.....	46
Tabel 11. Uji Validitas Variabel Y Item – Total Statistic.....	47
Tabel 12. Uji Realibilitas Variabel X - <i>Reliability Statistics</i> .....	48
Tabel 13. Uji Realibilitas Variabel Y - <i>Reliability Statistics</i> .....	48
Tabel 14. Waktu Penelitian.....	49
Tabel 15. Usia Responden.....	61
Tabel 16. Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 17. Pendidikan Terakhir Responden.....	62
Tabel 18. Pernyataan 1 Variabel X.....	63
Tabel 19. Pernyataan 2 Variabel X.....	64
Tabel 20. Pernyataan 3 Variabel X.....	65
Tabel 21. Pernyataan 4 Variabel X.....	66
Tabel 22. Pernyataan 5 Variabel X.....	66
Tabel 23. Pernyataan 6 Variabel X.....	67
Tabel 24. Pernyataan 7 Variabel X.....	68
Tabel 25. Pernyataan 8 Variabel X.....	69
Tabel 26. Pernyataan 9 Variabel X.....	69
Tabel 27. Pernyataan 10 Variabel X.....	70
Tabel 28. Pernyataan 11 Variabel X.....	71
Tabel 29. Pernyataan 12 Variabel X.....	72

Tabel 30. Pernyataan 13 Variabel X.....	72
Tabel 31. Pernyataan 14 Variabel X.....	73
Tabel 32. Pernyataan 15 Variabel X.....	74
Tabel 33. Pernyataan 16 Variabel X.....	75
Tabel 34. Pernyataan 1 Variabel Y.....	76
Tabel 35. Pernyataan 2 Variabel Y.....	77
Tabel 36. Pernyataan 3 Variabel Y.....	78
Tabel 37. Pernyataan 4 Variabel Y.....	78
Tabel 38. Pernyataan 5 Variabel Y.....	79
Tabel 39. Pernyataan 6 Variabel Y.....	80
Tabel 40. Pernyataan 7 Variabel Y.....	81
Tabel 41. Pernyataan 8 Variabel Y.....	82
Tabel 42. Pernyataan 9 Variabel Y.....	82
Tabel 43. Pernyataan 10 Variabel Y.....	83
Tabel 44. Pernyataan 11 Variabel Y.....	84
Tabel 45. Pernyataan 12 Variabel Y.....	85
Tabel 46. Pernyataan 13 Variabel Y.....	86
Tabel 47. Pernyataan 14 Variabel Y.....	86
Tabel 48. Pernyataan 15 Variabel Y.....	87
Tabel 49. Uji Korelasi.....	88
Tabel 50. Hasil Uji Korelasi.....	89
Tabel 51. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90
Tabel 52. Hasil Uji Regresi.....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Internet.....	2
Gambar 2. Data Pengguna Media sosial.....	2
Gambar 3. Data <i>Platforms</i> Pengguna Media sosial yang Aktif.....	3
Gambar 4. Instagram Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	4
Gambar 5. Program #pasarsenenUKM.....	7
Gambar 6. Gambar 6. Instagram Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	32
Gambar 7. Logo Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	57
Gambar 8. Struktur Organisasi Humas Kementerian Koperasi dan UKM RI.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Form A2 Form A5 Surat Permohonan Riset Surat Keterangan Riset Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
Lampiran B	Hasil <i>Pre Test</i> Uji Validitas Variabel X Hasil <i>Pre Test</i> Uji Reliabilitas Variabel X Hasil <i>Pre Test</i> Uji Validitas Variabel Y Hasil <i>Pre Test</i> Uji Reliabilitas Variabel Y
Lampiran C	Lembar Kuesioner Tabel Induk Hasil Kuesioner Variabel X Tabel Induk Hasil Kuesioner Variabel Y
Lampiran D	Sertifikat Dokumentasi Sertifikat Toefl Hasil Turnitin
Lampiran E	Riwayat Hidup