



(Sumber: (Zell, 2021))

Judul Tugas Akhir Skripsi atau Tugas Akhir Selain Skripsi:

**PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP
BRAND IMAGE PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM
@MENANTEA.TOKO**

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Marisa Mutie Pratiwi

NIM : 1810411139



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
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 yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Marisa Mutie Pratiwi
NIM : 1810411139
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, Juni 2022

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
8663CAJX665835024

Marisa Mutie Pratiwi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Marisa Mutie Pratiwi
NIM : 1810411139
Fakultas : 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 eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @menantea.toko.**

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 : 9 Juni 2022
Yang menyetujui,



Marisa Mutie Pratiwi

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Marisa Mutie Pratiwi

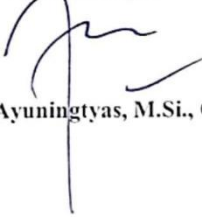
NIM : 1810411139

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
@menantea.toko.

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 1



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si., C.NSP.

Penguji 1



Windhi Tia Saputra, M.Si.

Penguji 2



Irpan Ripari Sutowo, S.E., M.Si.

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si., C.NSP.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 25 Mei 2022

PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO

MARISA MUTIE PRATIWI

ABSTRAK

Saat ini Instagram tidak hanya sebagai media sosial untuk berbagi foto maupun video pribadi kepada pengguna lain. Namun juga dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis dan *brand* secara lebih luas. Instagram sebagai urutan ketiga media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya diketahui bahwa Instagram sebagai media memiliki pengaruh terhadap pembentukan maupun peningkatan *brand image* suatu *brand*. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh terpaan media di Instagram berupa konten-konten iklan dan pemasaran lainnya terhadap *brand image* Menantea.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari terpaan konten-konten di Instagram yang dijadikan sebagai informasi mengenai *brand* Menantea terhadap tingkat *brand image* Menantea dengan menguji teori *advertising exposure*. Pada penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei yang dilakukan kepada *followers* akun @menantea.toko yaitu akun Instagram resmi Menantea sebagai sampel penelitian sebanyak 100 responden. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 37,8% dari terpaan media di Instagram terhadap *brand image* akun Instagram @menantea.toko. Kemudian diketahui juga bahwa terdapat dua dimensi yang memiliki nilai tertinggi yakni dimensi atensi (terpaan media) dan dimensi *strength* (*brand image*).

Kata Kunci: Terpaan media, instagram, *brand image*

**THE INFLUENCE OF MEDIA EXPOSURE ON INSTAGRAM
TOWARDS BRAND IMAGE ON @MENANTEA.TOKO'S INSTAGRAM
ACCOUNT FOLLOWERS**

MARISA MUTIE PRATIWI

ABSTRACT

Nowadays, Instagram is not only a social media for sharing personal photos and videos to other users. However, it is also used to develop the business and brand reach across a range of countries. Instagram is the third most used social media in Indonesia. Based on the result of previous research, Instagram is known as a media which has an influence to build and increase a company's brand image.

This study aims to discover how significant media exposure particularly Instagram content advertising or content marketing impacts Menantea's brand image. This research used advertising exposure theory. This research is tested quantitative by using survey method. The population used in this research are followers account Instagram @menantea.toko with the sample of 100 respondents. Sampling in this research uses non-probability sampling with purposive sampling technique.

As a result of the analysis, media exposure on Instagram have an impact (37,8%) on brand image of official account Instagram @menantea.toko. Furthermore, the most impactful dimension on this research belongs to attention (media exposure) and strength (brand image).

Keywords: Media exposure, instagram, brand image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan September 2021 ialah berjudul “Pengaruh Terpaan Media Di Instagram Terhadap *Brand Image* Pada *Followers* Akun Instagram @menantea.toko”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis memohon maaf atas segala kekurangan.

Selain itu, penyusunan penelitian Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dan kerja sama dengan pihak lain. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mewujudkan Skripsi ini.

Segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Fitria Ayu Ningtiyas M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dra. Hermina Manihuruk, M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan masukan dan saran yang bermanfaat untuk penelitian ini.
2. Bapak Windhi Tia Saputra, M.Si selaku dosen penguji 1 dan Bapak Irpan Ripa'i Sutowo, SE.M.Si selaku dosen penguji 2.
3. Kedua orang tua terutama Mama, Adik dan keluarga lainnya yang selama ini telah mendukung penulis.
4. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis.
5. Teman-teman penulis Popi, Desti, Lazia, Keyna, Nadyna, Dhanty, Caca, Sahda, Vira, Nisa dan lainnya.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penyelesaian Skripsi ini.

Jakarta, 25 Mei 2022



Marisa Mutie Pratiwi

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	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep Penelitian	14
2.1.1 Komunikasi.....	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	15
2.1.3 <i>New Media</i>	18
2.1.4 Instagram	19
2.1.5 <i>Content Marketing</i>	20
2.1.6 Terpaan Media Baru.....	24
2.1.7 <i>Brand Image</i>	25
2.1.8 <i>Advertising Exposure Theory</i>	26
2.2 Kerangka Berpikir	28
2.3 Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	30
3.1.2 Pendekatan Penelitian	34
3.1.3 Populasi	34
3.1.4 Sampel.....	35
3.2 Jenis Penelitian	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Sumber Data.....	38
3.4.1 Data Primer.....	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38

3.4.3 Definisi Operasionalisasi Variabel	39
3.5 Teknis Analisis Data.....	42
3.5.1 Uji Validitas.....	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.5.3 Uji Korelasi.....	44
3.5.4 Uji Regresi.....	45
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi.....	46
3.5.6 Uji Hipotesis	46
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Uji Validitas	48
4.1.2 Uji Reliabilitas	50
4.1.3 Hasil Penelitian	51
4.1.4 Karakteristik Responden	52
4.1.5 Data Analisis Variabel X: Terpaan Media Di Instagram.....	55
4.1.6 Data Analisis Variabel Y: <i>Brand Image</i>	70
4.2 Hasil Analisis Data	88
4.2.1 Uji Korelasi.....	88
4.2.2 Uji Regresi.....	89
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	90
4.2.4 Uji Hipotesis	91
4.3 Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Praktis.....	100
5.2.2 Saran Teoritis.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir	28
Tabel 2. Skala Likert.....	38
Tabel 3. Operasional Variabel.....	39
Tabel 4. Rencana Waktu Penelitian.....	47
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X (Terpaan Media Di Instagram)	48
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Y (<i>Brand Image</i>)	49
Tabel 7. Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	50
Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel X	51
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel Y	51
Tabel 10. Penilaian Terpaan Media Sosial Akun Instagram @menantea.toko	68
Tabel 11. Nilai Tertinggi Hingga Terendah Variabel X	69
Tabel 12. Penilaian <i>Brand Image</i>	87
Tabel 13. Nilai Tertinggi Hingga Terendah Variabel Y	87
Tabel 14. Nilai Koefisien Korelasi	88
Tabel 15. Hasil Perhitungan Uji Korelasi	89
Tabel 16. Analisis Uji Regresi.....	89
Tabel 17. Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan	2
Gambar 1.2 Instagram Menantea @menantea.toko.....	5
Gambar 1.3 <i>Engagement Rate</i> Akun Instagram @menantea.toko	6
Gambar 1.4 Unggahan Pertama Akun @menantea.toko	8
Gambar 1.5 Iklan Pada Akun Instagram @menantea.toko	9
Gambar 3.1 Akun Instagram Menantea	31
Gambar 3.2 Unggahan Konten Akun Instagram Menantea	32
Gambar 3.3 Unggahan Konten Instagram Feeds Akun Menantea	33
Gambar 3.4 Unggahan Konten Instagram Story Akun Menantea	33
Gambar 3.5 Akun Instagram Menantea	35
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 Usia Responden	53
Gambar 4.3 Responden Mengikuti Akun Instagram @menantea.toko	54
Gambar 4.4 Responden Pernah Melihat Konten Yang Diunggah Akun Instagram @menantea.toko	54
Gambar 4.5 Hasil Persentase Pernyataan 1	55
Gambar 4.6 Hasil Persentase Pernyataan 2	56
Gambar 4.7 Hasil Persentase Pernyataan 3	57
Gambar 4.8 Hasil Persentase Pernyataan 4	58
Gambar 4.9 Hasil Persentase Pernyataan 5	59
Gambar 4.10 Hasil Persentase Pernyataan 6	60
Gambar 4.11 Hasil Persentase Pernyataan 7	61
Gambar 4.12 Hasil Persentase Pernyataan 8	62
Gambar 4.13 Hasil Persentase Pernyataan 9	63
Gambar 4.14 Hasil Persentase Pernyataan 10	64
Gambar 4.15 Hasil Persentase Pernyataan 11	65
Gambar 4.16 Hasil Persentase Pernyataan 12	66
Gambar 4.17 Hasil Persentase Pernyataan 13	67
Gambar 4.18 Hasil Persentase Pernyataan 1	70
Gambar 4.19 Hasil Persentase Pernyataan 2	71
Gambar 4.20 Logo Menantea	71
Gambar 4.21 Hasil Persentase Pernyataan 3	72
Gambar 4.22 Maskot Menantea.....	73
Gambar 4.23 Hasil Persentase Pernyataan 4	73
Gambar 4.24 Hasil Persentase Pernyataan 5	74
Gambar 4.25 Hasil Persentase Pernyataan 6	75
Gambar 4.26 Hasil Persentase Pernyataan 7	76
Gambar 4.27 Hasil Persentase Pernyataan 8	77
Gambar 4.28 Hasil Persentase Pernyataan 9	78
Gambar 4.29 Hasil Persentase Pernyataan 10	79
Gambar 4.30 Hasil Persentase Pernyataan 11	79
Gambar 4.31 Hasil Persentase Pernyataan 12	80
Gambar 4.32 Hasil Persentase Pernyataan 13	81
Gambar 4.33 Hasil Persentase Pernyataan 14	82
Gambar 4.34 Hasil Persentase Pernyataan 15	83

Gambar 4.35 Hasil Persentase Pernyataan 16	84
Gambar 4.36 Hasil Persentase Pernyataan 17	85
Gambar 4.37 Promosi Menantea	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	106
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi dan Selain Skripsi.....	108
Lampiran 3. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi dan Selain Skripsi	109
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian (<i>Online</i>)	110
Lampiran 5. Tabel Induk Hasil Kuesioner	116
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	130
Lampiran 7. Hasil Frekuensi dan Persentasi pada Karakteristik Responden	135
Lampiran 8. Hasil Uji Pembahasan	137
Lampiran 9. Hasil Tes Turnitin	138
Lampiran 10. Dokumentasi	139