



**PENGARUH MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP
BRAND ACTIVATION VESPA PIAGGIO MATIC DI
INDONESIA
(Survei Kepada *Followers* Akun Vespa_ind)**

SKRIPSI

**MUHAMMAD FAIZAL FAHROZI
1210411060**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



**PENGARUH MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP
BRAND ACTIVATION VESPA PIAGGIO *MATIC* DI
INDONESIA**

(Survei Kepada *Followers* akun *Vespa_ind*)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

MUHAMMAD FAIZAL FAHROZI

1210411060

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

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Faizal Fahrozi

NRP :1210411060

Tanggal : 16 Januari 2017

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



Jakarta, 16 Januari 2017

(Muhammad Faizal Fahrozi)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Faizal Fahrozi
NRP : 1210411060
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 MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP *BRAND ACTIVATION* VESPA PIAGGIO *MATIC* DI INDONESIA (Survei Kepada *Followers Akun Vespa_ind*).

Beserta perangkat yang diperlukan (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, beralih 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 : 16 Januari 2017

Yang menyatakan,


(Muhammad Faizal Fahrozi)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Muhammad Faizal Fahrozi

NRP : 1210411060


Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Advertising*

Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial (*Instagram*) Terhadap *Brand Activation* Vespa Piaggio Matic Di Indonesia (Survei Kepada *Followers* Akun Vespa_Ind).**


Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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.


Dra. Masayu S. Hanim, M.Si.
Ketua Penguji


Drs. Supratman, M.Si
Penguji I


Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si
Penguji II (Pembimbing)




Damayanti, S.Sos, M.Si
Ketua Program Studi

Ditetapkan Di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Januari 2017

PENGARUH MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP *BRAND ACTIVATION* VESPA PIAGGIO MATIC DI INDONESIA (SURVEI KEPADA *FOLLOWERS* AKUN VESPA_IND)

Muhammad Faizal Fahrozi

Abstrak

Latar Belakang penelitian ini media sosial (*instagram*) menjadi alat promosi dalam mempromosikan produk dan *event-event* yang di oleh vespa piaggio dalam memperkenalkan produk-produk terbarunya dan memberikan informasi terhadap keunggulan produk vespa piaggio yang terbaru, untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen **Tujuan Penelitian** ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial(*instagram*) terhadap *brand activation* vespa piaggio *matic* di kalangan *followers* akun instagram Vespa_ind **Teori** yang di gunakan dalam penelitian ini adalah media sosial dan *brand activation*. **Metodologi penelitian** dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan eksplanatif. Penelitian ini mempunyai populasi sebanyak 43.880 orang dengan sampel 100 responden yang menggunakan rumus Yamane. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* yaitu *random sampling*. **Hasil penelitian** di peroleh uji korelasi sebesar 0,794 yang berarti mempunyai hubungan yang tinggi : kuat uji regresi diketahui bahwa $Y=4.997 + 1.021X$, yang menyatakan mempunyai pengaruh yang signifikan dan koefisien determinasi besarnya 63% sedangkan untuk t hitung $12,8633 > t$ table 1,66055 yang berarti terdapat pengaruh media sosial (*instagram*) terhadap *brand activation* vespa piaggio *matic*. **Kesimpulan** dari penelitian ini dengan taraf signifikan 10% di peroleh t hitung $12,8633 > t$ table 1,66055. Sehingga terlihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap *Brand Activation* Vespa Piaggio *Matic* di Indonesia (Survei kepada *Followers* Akun Instagram Vespa_ind).

Kata Kunci : Periklanan, Media Sosial, *Brand Activation*.

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP
BRAND ACTIVATION VESPA PIAGGIO MATIC DI
INDONESIA (SURVEI KEPADA FOLLOWERS AKUN
VESPA_IND)**

Muhammad Faizal Fahrozi

Abstract

Background of the study of social media (instagram) becomes a promotional tool in promoting products and events that by Vespa Piaggio in introducing new products and provide information to product excellence Vespa Piaggio latest, in order to influence consumer purchase decisions purpose of this study is to know the influence of social media (instagram) against Piaggio vespa brand activation matic among followers instagram account Vespa_ind theory used in this research is a social media and brand activation. The research methodology in this research is quantitative research methods with an explanatory. This study has a population of 43 880 people with a sample of 100 respondents using Yamane formula. The sampling technique used is non probability sampling is random sampling. Research results obtained correlation of 0.794, which means having a high relationship: robust regression test known that $Y = 4,997 + 1.021X$, which states have a significant influence and the coefficient of determination magnitude of 63%, while for $t_{12.8633} > t_{table 1, 66055}$ which means there is the influence of social media (instagram) against Piaggio vespa brand activation matic. The conclusion of this study with a significant level of 10% was obtained $12.8633 > t_{table 1.66055}$. So it is apparent that H_0 rejected and H_a accepted, meaning that there is a Social Media Influence (Instagram) Brand Activation Against Vespa Piaggio Matic in Indonesia (Survey to Vespa_ind Followers Instagram account).

Keywords: Advertising, Social Media, Brand Activation.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap *Brand Activation* Vespa Piaggio *Matic* Di Indonesia (Survei Kepada *Followers* Akun *Vespa_ind*)”.

Hasil proposal skripsi ini dibuat penulis untuk memenuhi salah satu syarat mata kuliah agar penulis dapat lulus dan mendapatkan gelar S1 Komunikasi Progam Studi *Advertising* Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak–pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini baik secara moril maupun materil yaitu :

Bapak Dr. Fredy B. L. Tobing selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,

Ibu Damayanti S.Sos. M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,

Fitria Ayuningtyas, S.sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingannya yang sangat bermanfaat kepada penulis selama penulis mengerjakan proposal ini,

Kedua orang tua dan keluarga penulis Bapak Achmad Surya Wijaya S.Ip, M.Si dan Ibu Endah Rosadah S.Pd serta Fahri Shaftian S.Kom atas dukungan serta doa yang tiada henti untuk penulis,

Kepada teman seperjuangan FISIP UPNVJ 2012 khoiril Khuluk S.Ikom , Aditya, Ery, serta Brama yang selalu memberikan motivasi,

Kepada teman terdekat Herda Muthia Lestari S.E atas pemberian semangat dan saran–saran yang bermanfaat terhadap penulis.

Jakarta, Januari 2017

Muh.Faizal Fahrozi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
II.1 Dasar Teori	8
II.2 Definisi Konsep	11
II.3 Kerangka Berpikir	15
II.4 Hipotesis	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
III.1 Metode Penelitian	16
III.2 Jenis Penelitian.....	16
III.3 Penentuan Populasi dan Sampel.....	16
III.4 Teknik Pengumpulan Data	18
III.5 Teknik Analisis Data.....	21
III.6 Teknik Pengujian Instrumen	21
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	28
IV.2 Unit Vespa Piaggio Matic	30
IV.3 Hasil Penelitian	35
IV.4 Uji Korelasi	61
IV.5 Koefisien Determinasi	62
IV.6 Uji Regresi	63
IV.7 Uji Hipotesis	64
IV.8 Pembahasan Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP	70
V.1 Kesimpulan	70
V.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Bagan Alur S-O-R.....	10
Tabel 2	Operasionalisasi Variable	19
Tabel 3	Skala Likers Dalam Kuesioner	22
Tabel 4	Uji Validitas Variable X	22
Tabel 5	Uji Validitas Variable Y	23
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variable X.....	24
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variable Y.....	24
Tabel 8	Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 9	Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 10	Usia Responden.....	36
Tabel 11	Pendidikan Akhir Responden	36
Tabel 12	Pekerjaan/Profesi Responden.....	37
Tabel 13	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1	37
Tabel 14	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2	38
Tabel 15	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3	39
Tabel 16	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4	39
Tabel 17	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5	40
Tabel 18	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6	40
Tabel 19	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7	41
Tabel 20	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8	42
Tabel 21	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9	42
Tabel 22	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10	43
Tabel 23	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11	44
Tabel 24	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12	44
Tabel 25	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13	45
Tabel 26	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14	46
Tabel 27	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15	46
Tabel 28	Penilaian Variable X.....	48
Tabel 29	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1	48
Tabel 30	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2	49
Tabel 31	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3	50
Tabel 32	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4	50
Tabel 33	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5	51
Tabel 34	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6	52
Tabel 35	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7	52
Tabel 36	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8	53
Tabel 37	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9	54
Tabel 38	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10	54
Tabel 39	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11	55
Tabel 40	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12	56
Tabel 41	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13	56
Tabel 42	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14	57
Tabel 43	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15	58
Tabel 44	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16	58
Tabel 45	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 17	59

Tabel 46 Penilaian Variable Y	60
Tabel 47 Nilai Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 48 Hasil Uji Korelasi.....	61
Tabel 49 Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 50 Hasil Uji Regresi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berpikir	15
Gambar 2	Logo Piaggio	29
Gambar 3	Logo Vespa	29
Gambar 4	Vespa Piaggio Zipp	30
Gambar 5	Vespa Piaggio Liberty	30
Gambar 6	Vespa Piaggio LX	31
Gambar 7	Vespa Piaggio S	31
Gambar 8	Vespa Piaggio LXV	32
Gambar 9	Vespa Piaggio Sprint	32
Gambar 10	Vespa Piaggio Primavera	33
Gambar 11	Vespa Piaggio Super	33
Gambar 12	Vespa Piaggio GTS	34
Gambar 13	Vespa Piaggio 946 Empiro Armani	34