



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY BEKASI**

Survei di Kalangan *Followers* @bangradenkopi Bulan April - Agustus 2021

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

UNIVERSITAS

Disusun Oleh

**ADINDA RACHMASARI**

NIM 44216110084

MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Judul : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM TERHADAP CITRA KEDAI KOPI BANG  
RADEN GALAXY BEKASI (Survei di Kalangan *Followers*  
*@bangradenkopi* Bulan April-Agustus 2021)

Nama : Adinda Rachmasari  
NIM : 44216110084  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 16 Oktober 2021

Mengetahui,

UNIVERSITAS

Pembimbing

MERCU BUANA



(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM TERHADAP CITRA KEDAI KOPI BANG  
RADEN GALAXY BEKASI (Survei di Kalangan *Followers*  
@bangradenkopi Bulan April-Agustus 2021)

Nama : Adinda Rachmasari

NIM : 44216110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 23 Oktober 2021

Ketua Sidang,

**Dr. Juwono Tri Atmojo, M.Si.**

()

Penguji Ahli,

**Dr. A. Rahman H.I., M.Si**

()

Pembimbing,

**M. Taufiq Hidayat, M.IKom.**

()

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**


Judul : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY  
BEKASI (Survei di Kalangan *Followers* @bangradenkopi Bulan  
April-Agustus 2021)

Nama : Adinda Rachmasari  
NIM : 44216110084  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, November 2021  
Disetujui dan diterima oleh,

**Ketua Bidang Studi *Public Relations***

**Pembimbing**




(Suryaning Hayati, SE, MM, M.IKom)



(Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )



( Dr. Farid Hamid, M.Si )



**SURAT PERNYATAAN MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Q**

No. Dokumen **15.4.03.01**

Distribusi

All

Tgl. Efektif

1 MEI 2014

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adinda Rachmasari

NIM : 44216110084

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY BEKASI**

**(Survei di Kalangan *Followers* @bangradenkopi Bulan April-Agustus 2021)**

adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 07 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,




Adinda Rachmasari

**Mengetahui**

Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

  
(M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.)

  
(Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom.)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY BEKASI”**. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah penulis terima, penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Mochamad Taufiq, M.IKom yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Arvian Prabawa beserta staf yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kedai Kopi Bang Raden.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.Si Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Mercu Buana
5. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu sejak penulis awal masuk kuliah.
7. Kepada Mama, Mba Nia dan seluruh keluarga saya tercinta yang selalu memberi semangat dan perhatiannya untuk saya.

8. Kepada suami saya, Danny Kurniawan, Terima kasih atas kasih sayang, support, perhatian, dan cintanya untuk saya.
9. Kepada teman-teman perkuliahan yang selalu membantu dan memberikan support khususnya .

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan karena penulis masih dalam tahap pembelajaran. Namun, penulis tetap berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Kritik dan saran dari penulisan skripsi ini sangat penulis harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan pada skripsi penulis berikutnya. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2021

Adinda Rachmasari

44216110084

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Bidang Studi Public Relations  
ADINDA RACHMASARI  
NIM 44216110084

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY BEKASI**

Survei di Kalangan Followers @bangradenkopi Bulan April - Agustus 2021

*Bibliografy: 5 Chapters x + 83 Pages+ Attachment + 24 Books + 23 Journals*

**ABSTRACT**

*From a PR perspective, the communication activities carried out by Bang RadenKopi are interesting to look at from the image aspect, because in the midst of theCovid-19 pandemic, Bang Raden Kopi's shop also experienced closure due to theLarge-Scale Social Restrictions (PSBB) policy, this certainly reduces visitors who come right away. However, in the context of communication, the formation of a business image also needs to be done.*

*This aims of this study is to analyze the effect of the use of social media Instagram @bangradenkopi on the image of the Bang Raden Galaxy coffee shop among followers. The research method used in this study is quantitative by distributing questionnaires to 100 followers of the @bangradenkopi instagram account.*

*The results showed that there was a significant influence between the influence of the use of Instagram @Bangradenkopi on the image of the Bang Raden Galaxy Coffee Shop among Followers, with an influence value of 0.410 or 41% and belonging to the medium category.*

*Everyone can see the image of an object differently, depending on the perception he has about the object or vice versa the image can be received relatively the same for every member of society, this is what is commonly called public opinion. To carry out promotions and communication, you can consider using Instagram social media to improve the company's image by considering the indicators of the Context, Communication, Collaboration, and Network dimensions.*

*Keywords: use of social media instagram, corporate image*



Bidang Studi Public Relations  
ADINDA RACHMASARI  
NIM 44216110084

## **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CITRA KEDAI KOPI BANG RADEN GALAXY BEKASI**

Survei di Kalangan Followers @bangradenkopi Bulan April - Agustus 2021

*Bibliografy: 5 Chapters x + 83 Pages+ Attachment + 24 Books + 23 Journals*

### **ABSTRAK**

Dalam perspektif public relations, aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Bang Raden Kopi menarik untuk dikaji dari aspek citra, karena di tengah pandemi Covid19, kedai Bang Raden Kopi juga mengalami penutupan akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), hal itu tentu mengurangi pengunjung yang datang langsung. Namun dalam konteks komunikasi, pembentukan citra usaha juga tetap perlu dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial instagram @bangradenkopi terhadap citra kedai kopi bang raden galaxy di kalangan followers. Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut atau sebaliknya citra bisa diterima relatif sama pada setiap anggota masyarakat, ini yang biasa disebut dengan opini public.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 followers akun instagram @bangradenkopi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Bangradenkopi Terhadap Citra Kedai Kopi Bang Raden Galaxy Di Kalangan Followers, dengan nilai pengaruh 0,410 atau 41% dan tergolong ke dalam kategori sedang.

Untuk melakukan promosi dan komunikasi dapat mempertimbangkan penggunaan media sosial instagram untuk meningkatkan citra perusahaan dengan mempertimbangkan indikator dimensi Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Jaringan.

*Kata Kunci: penggunaan media sosial instagram, citra perusahaan*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Manfaat Akademis .....	10
1.4.2. Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kajian Teoritis.....	12
2.2.1. Komunikasi dalam <i>Public Relations</i> .....	12
2.2.2. Citra Lembaga.....	14
2.2.3. Penggunaan Media Sosial dalam PR.....	18
2.2.4. Pembentukan Citra melalui Instagram.....	20
2.2.5. Retail.....	22
2.3. Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	28
3.2. Metode Penelitian .....	29
3.3. Populasi dan Sampel .....	29
3.1.1 Populasi.....	29
3.1.2 Sampel .....	30
3.1. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	31
3.1.1. Definisi Konsep .....	31
3.1.2. Operasionalisasi Konsep.....	32

3.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.	Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.3.1.	Validitas .....	37
3.3.2.	Reliabilitas .....	39
3.4.	Teknik Analisis Data.....	40
3.4.1.	Analisis Deskriptif .....	40
3.4.2.	Uji Korelasi Spearman Rank.....	40
3.4.3.	Koefisien Determinasi.....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.1.1.	Tentang Kedai Kopi Bang Raden.....	43
4.2.	Hasil Penelitian .....	46
4.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2.2.	Profil Responden.....	48
4.2.3.	Penggunaan Media Sosial .....	50
4.2.4.	Pembentukan Citra.....	56
4.3.	Analisis Data .....	62
4.3.1.	Uji Deskriptif .....	63
4.3.2.	Uji Korelasi Spearman Rank.....	64
4.3.3.	Koefisien Determinasi.....	65
4.4.	Pembahasan.....	66
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1.	Kesimpulan .....	70
5.2.	Saran.....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2. 1	Tinjauan Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan .....11
Tabel 3. 1	Klasifikasi Reliabilitas.....40
Tabel 3. 2	Interpretasi Nilai $r^2$ .....42
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas .....46
Tabel 4. 2	hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Sosial Media (X) .....47
Tabel 4. 3	Hasil Uji Reliabilitas Pembentukan Citra (Y) .....47
Tabel 4. 4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....48
Tabel 4. 5	Profil Responden Berdasarkan Usia .....48
Tabel 4. 6	Profil Responden Berdasarkan Profesi .....49
Tabel 4. 7	Mengetahui Kedai Kopi Bang raden .....49
Tabel 4. 8	Jawaban Berdasarkan Item Feed dan story Instagram Bang Raden kopi Mudah diikuti.....50
Tabel 4. 9	Jawaban Berdasarkan Item Feed dan Story dari Instagram Bang Raden kopi menarik perhatian.....51
Tabel 4. 10	Jawaban Berdasarkan Item Feed dan Story dari Instagram Bang Raden kopi membuat penasaran.....51
Tabel 4. 11	Jawaban Berdasarkan Item Pesan yang disampaikan Bang raden kopi mudah di pahami .....51
Tabel 4. 12	Jawaban Berdasarkan Item Pesan yang disampaikan Bang raden kopi menciptakan pemahaman .....52
Tabel 4. 13	Jawaban Berdasarkan Item Pesan yang disampaikan Bang raden kopi membuat ingin datang ke toko .....52
Tabel 4. 14	Jawaban Berdasarkan Item Pesan yang disampaikan Bang raden kopi membuat ketertarikan.....52
Tabel 4. 15	Jawaban Berdasarkan Item Story dan Highlight dari Instagram bang raden tentang customer membuat instagram bang raden menjadi seru .....53
Tabel 4. 16	Jawaban Berdasarkan Item Story yang di share kembali oleh pengikut dari bang raden kopi menarik diikuti .....53
Tabel 4. 17	Jawaban Berdasarkan Item Pengikut Instagram Bang raden kopi ikut membagikan pesan dari feed/story dari bang raden kopi .....54

Tabel 4. 18	Jawaban Berdasarkan Item Interaksi antara admin dan pengikut Instagram bang raden kopi sering terjadi.....	54
Tabel 4. 19	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memiliki cita rasa kopi yang unik .....	54
Tabel 4. 20	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi adalah perusahaan yang ikut mengenalkan produk dalam negeri .....	55
Tabel 4. 21	Jawaban Berdasarkan Item Kedai Kopi Bang Raden dipercaya dalam melayani kebutuhan makanan dan minuman dengan tempat yang nyaman .....	56
Tabel 4. 22	Jawaban Berdasarkan Item Saya menyukai Bang raden kopi .....	57
Tabel 4. 23	Jawaban Berdasarkan Item Saya menyukai cita rasa dari produk bang raden kopi .....	57
Tabel 4. 24	Jawaban Berdasarkan Item Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bang raden kopi.....	58
Tabel 4. 25	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi mempunyai kinerja yang baik .....	58
Tabel 4. 26	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memiliki Nama baik di mata customer .....	58
Tabel 4. 27	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi cepat tanggap terhadap keluhan .....	59
Tabel 4. 28	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi dekat dengan customer baik online maupun offline.....	59
Tabel 4. 29	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi mengutamakan kepuasan customer .....	59
Tabel 4. 30	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memberikan pelayanan terbaik kepada customer .....	60
Tabel 4. 31	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memiliki Logo yang menarik .....	60
Tabel 4. 32	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memiliki logo yang mudah diingat .....	61
Tabel 4. 33	Jawaban Berdasarkan Item Bang raden kopi memiliki warna logo yang mudah dikenali .....	61
Tabel 4. 34	Hasil Uji Deskriptif.....	63
Tabel 4. 35	Hasil Uji Determinasi .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet.....	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram.....	3
Gambar 1. 3 Instagram @bangradenkopi.....	7
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 3. 1 Rumus Taro Yamane .....	30



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian .....76
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian.....78
Lampiran 3	Hasil Pengujian SPSS.....82
Lampiran 4	Riwayat Hidup Penulis .....93

