



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING FOOD ENTHUSIAST* ULFAH
YUNITA PUTRI UTAMI PADA INSTAGRAM @AGAKENYANG
TERHADAP MINAT KONSUMEN KULINER**

(Survei Terhadap Followers Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada
Instagram @Agakenyang)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

MERCU BUANA

Disusun oleh :

Reszynia Yuliarti

44216110008

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reszynia Yuliarti

Nim : 44216110008

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir degan judul : **Pengaruh *Personal Branding Food Enthusiast* Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner**

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, 11 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan,



(Reszynia Yuliarti)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengaruh *Personal Branding Food Enthusiast* Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner**

Nama : Reszynia Yuliarti

NIM : 44216110008

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 11 Juli 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh *Personal Branding Food Enthusiast* Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner**

Nama : Reszynia Yuliarti

NIM : 44216110008

Bidang Studi : Public Relations


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 11 Juli 2020


Diterima dan disetujui oleh

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing




(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



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

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponce Budi Sulistyono, M. Comm Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengaruh *Personal Branding Food Enthusiast* Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner**

Nama : Reszynia Yuliarti

NIM : 44216110008

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 11 Juli 2020


Ketua Sidang

Dr. A. Rahman HI, M.Si

()


Penguji

Novi Erlita, MA

()

Pembimbing

Suryaning Hayati, SE., MM, M.Ikom

(
.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Reszynia Yuliarti
44216110008

Pengaruh Personal Branding Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner
Bibliografi : 5 Bab 119 Hal + 20 Buku + 7 Jurnal + Lampiran

ABSTRAK

Komunikasi menurut Carl I. Hovland merupakan proses yang mungkin dilakukan oleh pembawa informasi dengan tujuan memberikan rangsangan kepada orang lain untuk mengubah perilakunya. Di era teknologi baru, komunikasi kini banyak dilakukan melalui media sosial. Media sosial telah menjadi media yang berpotensi sebagai sarana marketing, komunikasi massa, sekaligus sebagai media *public relations*.

Personal brand merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara dalam benak orang lain. Dengan tujuan akhir agar orang lain dapat memiliki pandangan positif atau persepsi positif sehingga bisa berlanjut ke trust atau ke aksi-aksi lainnya. Sebuah personal brand yang kuat selalu terdapat tiga hal mendasar yang menyatu seperti yang pernah ditulis McNally & Speak (2004), yaitu kekhasan, relevansi dan konsistensi.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan tipe penelitian eksplanasi dan metode penelitian survei. Dalam melakukan penelitian pada instagram @agakenyang, penulis membuat kuesioner yang kemudian disebarikan kepada followers instagram @agakenyang. Teknik penarikan sampel yang digunakan oleh penulis adalah *convenience sampling* atau sering disebut juga *incidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu *pearson's correlation (product moment)*, uji normalitas data, uji korelasi dan uji regresi linear sederhana.

Dalam penelitian ini ditemukan hasil (i) Dimensi kekhasan dengan dimensi minat transaksional, minat preferensial dan minat eksploratif memiliki tingkat hubungan yang sedang diantara nilai 0,40 – 0,599, (ii) Dimensi relevansi dengan dimensi minat eksploratif memiliki tingkat hubungan yang kuat, yaitu dengan nilai 0,625, (iii) Dimensi konsistensi dengan dimensi minat transaksional memiliki tingkat hubungan yang kuat, yaitu dengan nilai 0,601 dan (iv) Pengaruh hubungan variabel X (Personal Branding) terhadap variabel Y (Minat Konsumen Kuliner) adalah sebesar 0,730 yang termasuk kategori hubungan kuat.

Kata kunci : Komunikasi, Personal Branding, Minat Konsumen Kuliner

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan dengan judul “*Pengaruh Personal Branding Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner*”. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi dengan waktu yang telah ditentukan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, saya banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga tugas akhir ini akhirnya dapat diselesaikan sesuai dengan waktunya. Teriring saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu saya, diantaranya :

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.Si., selaku Ketua Program Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ponco Budi Sulistyو, M. Com, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Julianto dan Ibu Suwarni juga adik saya satu-satunya Ananda Yuliana Dewi yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Narasumber sekaligus pemilik akun instagram @agakenyang yang menjadi objek penelitian saya, Ulfah Yunita Putri Utami yang sudah mengizinkan dan banyak membantu saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Keluarga besar saya, mbah, pakde, bude, lek, mas, mba, adik sepupu saya, Sari serta anggota keluarga lainnya yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Mas Aris dan seluruh keluarga besarnya yang sudah setia menunggu dan selalu memberikan dukungan serta doa kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kak Ana, Kak Iroh, Nadya, Rafi, dan teman-teman seperjuangan di kampus yang sudah memberikan support, saran, serta bantuannya dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Eva Paringga dan teman-teman SMK saya yang lain yang sudah membantu dan memberikan solusi dalam mengaplikasikan SPSS.
11. Nazmi, Mba Wanti, Fitri, Pak Samuel. Rekan kerja saya di kantor yang juga sudah memberikan dukungan serta doanya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, saya telah mencurahkan segala daya dan upaya demi terciptanya hasil yang optimal. Namun, saya

menyadari bahwa tugas akhir ini banyak memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya menerima semua kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati saya ucapkan terima kasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang terlibat, dengan harapan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Jakarta, 11 Juli 2020

Peneliti



DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Mahasiswa	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Komunikasi	25
2.3 Public Relations	28
2.4 Brand	31
2.4.1 <i>Personal Branding</i>	34
2.5 Perilaku Konsumen	38

2.5.1	Minat	43
2.5.2	Konsumen	47
2.6	Sosial Media	50
2.6.1	Instagram	53
2.7	Hipotesis Teori	56

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	58
3.2	Tipe Penelitian	59
3.3	Metode Penelitian	60
3.4	Populasi dan Sampel	
3.4.1	Populasi	62
3.4.2	Sampel	63
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel	64
3.5	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	
3.5.1	Definisi Konsep	65
3.5.2	Operasionalisasi Konsep	65
3.6	Teknik Pengumpulan Data	67
3.6.1	Data Primer	67
3.6.1.1	Kuesioner	67
3.6.2	Data Sekunder	69
3.6.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	
3.6.3.1	Uji Validitas	70

3.6.3.2	Uji Reliabilitas	71
3.7	Teknik Analisa Data	72
3.7.1	Analisis Statistika Inferensial	72
3.7.2	Uji Normalitas Data	73
3.7.3	Uji Korelasi	73
3.7.4	Uji Regresi Linier Sederhana	74
3.7.4.1	Koefisien Determinasi	74
3.8	Uji Hipotesis	75
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.2	Hasil Penelitian	
4.2.1	Uji Validitas	81
4.2.2	Uji Reliabilitas	84
4.2.3	Analisis Data	85
4.2.3.1	Identitas Responden	85
4.2.3.2	Analisis Variabel X (<i>Personal Branding</i>)	87
4.2.3.3	Analisis Variabel Y (Minat Konsumen Kuliner)	100
4.2.4	Pengujian Asumsi-Asumsi Model Regresi	
4.2.4.1	Uji Normalitas	116
4.2.4.2	Uji Korelasi	116
4.2.4.3	Uji Regresi Linear Sederhana	118
4.2.4.3.1	Koefisien Determinasi	119

4.2.4.4	Korelasi Antar Dimensi	121
4.2.4.5	Gambaran Data Penelitian	123
4.3	Pembahasan	127

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	134
5.2	Saran	
5.2.1	Saran Akademis	135
5.2.2	Saran Praktis	136
	Daftar Pustaka	137
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	141

