



**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM REELS  
TERHADAP *IDENTITY BRAND SOMETHINC***

**TUGAS AKHIR**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

UNIVERSITAS  
Disusun oleh:  
**MERCU BUANA**  
Siti Alifiah Kusumawardani

**44216110102**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Alifiah Kusumawardani  
NIM : 44216110102  
Bidang Studi : *Public Relations*  
Alamat : Jl. Komp. BPK IV / A2, RT 005, RW 011, Kec. Kebon Jeruk,  
Kota Adm. Jakarta Barat, Prov. DKI Jakarta 11530  
Email, No. HP : stalfh37@gmail.com, 081281090808

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Pemanfaatan Media Instagram Reels terhadap *Identity Brand Somethinc*" adalah murni hasil karya saya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti melakukan tindakan plagiat, saya bersedia menerima sanksi pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 22 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,

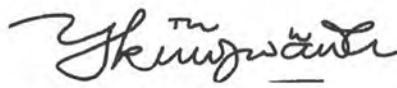
  
  
MERCU BUANA

(Siti Alifiah Kusumawardani)

Dosen Pembimbing

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom.)



(Suryanings Hayati, S.E., M.M., M.Ikom.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul	: PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA
	INSTAGRAM REELS TERHADAP <i>IDENTITY</i>
	<b><i>BRAND SOMETHINC</i></b>
Nama	: Siti Alifiah Kusumawardani
NIM	: 44216110102
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: <i>Public Relations</i>

Jakarta, ..... 2022

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Yuni Tresnawati".

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom.)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM REELS TERHADAP IDENTITY BRAND SOMETHINC**  
Nama : Siti Alifiah Kusumawardani  
NIM : 44216110102  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, ..... 2022

Ketua Sidang

(Haekal Fajri Amrullah, S.I.Kom., M.Sc.) 

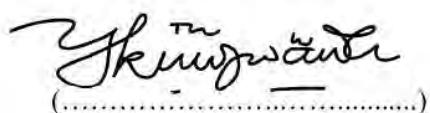
MERCU BUANA

Penguji Ahli

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.) 

Dosen Pembimbing

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom.)

  
(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

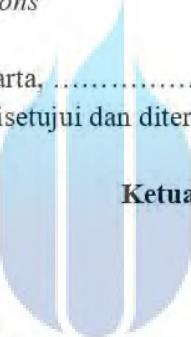
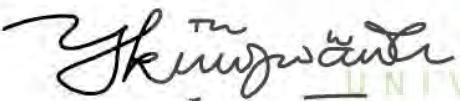
Judul : **PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM REELS TERHADAP *IDENTITY BRAND SOMETHINC***  
Nama : Siti Alifiah Kusumawardani  
NIM : 44216110102  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, ..... 2022

Disetujui dan diterima oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

  
   
(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom.) (Suryanings Hayati, S.E., M.M., M.Ikom.)  
**MERCU BUANA**

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Instagram Reels terhadap *Identity Brand Somethinc*”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Program Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta. Di dalam penggerjaan skripsi ini, telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

- 1) Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya yang telah menuntun dan membantu untuk menyelesaikan tulisan ini.
- 2) Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
- 3) Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- 4) Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.Ikom., selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations*.
- 5) Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mengajar dan mendidik penulis dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.

- 6) Saudara dan saudari responden yang telah bersedia untuk menjadi subjek dalam penelitian ini.
- 7) Pihak-pihak yang bersangkut pautan dengan skripsi ini yang telah memberikan inspirasi terhadap penulis untuk melakukan penelitian. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.



Jakarta, 22 Juli 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Alifiah" followed by "Kusumawardani". The signature is fluid and cursive, with some loops and variations in line thickness.

Siti Alifiah Kusumawardani

NIM. 44216110102

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Akademis .....	9
1.4.2. Manfaat Praktis .....	9
1.4.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Kajian Teoritis.....	18
2.2.1. Komunikasi .....	18
2.2.2. Komunikasi Organisasi .....	19
2.2.3. <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.4. Kampanye <i>Public Relations</i> .....	24

2.2.4.1. Pengertian Kampanye <i>Public Relations</i> .....	24
2.2.4.2. Jenis-Jenis Kampanye <i>Public Relations</i> .....	26
2.2.5. Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	28
2.2.6. <i>Customer Relations</i> .....	30
2.2.6.1. Pengertian <i>Customer Relations</i> .....	30
2.2.6.2. Pengertian Pelanggan ( <i>Customer</i> ) .....	30
2.2.6.3. Tujuan <i>Customer Relations</i> .....	32
2.2.7. <i>Computer Mediated Communications</i> .....	36
2.2.7.1. <i>New Media</i> .....	36
2.2.7.1.1. Pengertian <i>New Media</i> .....	36
2.2.7.1.2. Pandangan <i>New Media</i> .....	39
2.2.7.1.3. Manfaat <i>New Media</i> .....	39
2.2.7.1.4. Karakteristik <i>New Media</i> .....	40
2.2.7.2. Media Sosial .....	41
2.2.7.3. Instagram .....	42
2.2.8. Pemanfaatan Media Sosial .....	44
2.2.8.1. Pengertian Pemanfaatan Media Sosial .....	44
2.2.8.2. Tujuan Pemanfaatan Media Sosial .....	45
2.2.8.3. Dimensi Pemanfaatan Media Sosial .....	46
2.2.9. Identity Brand.....	47

2.2.9.1. Pengertian <i>Identity Brand</i> .....	47
2.2.9.2. Dimensi <i>Identity Brand</i> .....	48
2.3. Kerangka Pemikiran .....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1. Paradigma Penelitian.....	52
3.2. Tipe Penelitian.....	52
3.3. Metode Penelitian.....	54
3.4. Populasi dan Sampel .....	55
3.4.1. Populasi .....	55
3.4.2. Sampel .....	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.5.1. Data Primer .....	58
3.5.2. Data Sekunder .....	59
3.6. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	59
3.7. Uji Keabsahan Data.....	60
3.7.1. Uji Validitas .....	60
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	61
3.8. Teknik Analisis Data.....	62
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	62
3.8.1.1. Uji Normalitas .....	62
3.8.1.2. Uji Heteroskedastisitas .....	62
3.8.1.3. Uji Multikolinieritas .....	64
3.8.2. Uji Hipotesis.....	65
3.9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
3.9.1. Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Identity Brand</i> .....	69
3.9.2. Validitas dan Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Media Instagram... 70	

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	72
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
4.1.1. Profil PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	72
4.1.2. Profil Instagram PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	75
4.1.3. Visi dan Misi PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc) .....	76
4.1.3.1. Visi PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc) .....	76
4.1.3.2. Misi PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc) .....	76
4.1.4. Struktur Organisasi PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	76
4.2. Hasil Penelitian .....	80
4.2.1. Deskripsi Objek Penelitian (Karakteristik Responden).....	80
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	81
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	82
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	82
4.2.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti .....	83
4.2.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Instagram .....	84
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	85
4.2.2.1. Deskripsi Variabel Pemanfaatan Media Instagram .....	86
4.2.2.2. Deskripsi Variabel <i>Identity Brand</i> .....	88
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	89

4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	89
4.2.3.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	90
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis (Uji Regresi Linier Sederhana).....	92
4.2.4.1. Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	92
4.2.4.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93
4.2.4.3. Hasil Uji F .....	94
4.2.4.4. Hasil Uji t .....	94
4.3. Pembahasan.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	101
5.2.1. Saran Teoritis .....	101
5.2.2. Saran Praktis.....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN .....	108



UNIVERSITAS

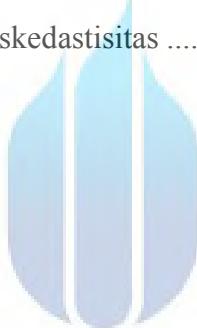
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah Pengikut Instagram Somethinc dengan Para Pesaingnya .....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	59
Tabel 3.2. Tingkat Reliabilitas .....	61
Tabel 3.3. Tingkat Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 3.4. Validitas Variabel Identity Brand .....	69
Tabel 3.5. Reliabilitas Variabel Identity Brand .....	69
Tabel 3.6. Validitas Variabel Pemanfaatan Media Instagram.....	70
Tabel 3.7. Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Media Instagram.....	70
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	82
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti .....	83
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Instagram .....	84
Tabel 4.7. Nilai Indeks Variabel Pemanfaatan Media Instagram .....	87
Tabel 4.8. Nilai Indeks Variabel Identity Brand .....	88
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	92
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93
Tabel 4.11. Hasil Uji F .....	94
Tabel 4.12. Hasil Uji t .....	95

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Peringkat Pengguna Instagram.....	2
Gambar 1.2. Serum Somethinc yang Meraih Penghargaan Best Serum pada Tokopedia Beauty Awards 2021.....	8
Gambar 1.6. Profil Instagram PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	75
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	51
Gambar 4.1. Logo PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	72
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. Royal Pesona Indonesia (Somethinc).....	77
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas.....	90
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	91



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner.....	108
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	112
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	114
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Identity Brand .....	116
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Media Instagram.....	117
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Identity Brand .....	118
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Media Instagram.....	118
Lampiran 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	119
Lampiran 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	119
Lampiran 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	120
Lampiran 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	121
Lampiran 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti.....	121
Lampiran 13. Hasil Uji Normalitas.....	122
Lampiran 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	123
Lampiran 15. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	124
Lampiran 16. Riwayat Hidup Penulis .....	125