



PENGARUH *BUZZER* TERHADAP *BRAND IMAGE* CARASUN

(Survei Terhadap *Followers* @Carasunid di Instagram)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Komunikasi Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
MERCU BUANA
MUHAMMAD DAFFA SABIL

44319010055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Daffa Sabil

NIM : 44319010055

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Buzzer* Terhadap *Brand Image* Carasun (Survei Terhadap *Followers @Carasunid* di Instagram)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Senin, 16 Januari 2023



Muhammad Daffa Sabil

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Daffa Sabil



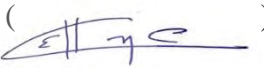
NIM : 44319010055

Program Studi : Advertising and Maketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Buzzer* Terhadap *Brand Image* Carasun (Survei Terhadap *Followers @Carasunid* di Instagram)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	()
NIDN	: 0312046707	
Ketua Penguji	: Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed	()
NIDN	: 0316088201	
Penguji Ahli	: Engga Probi Endri, M.A	()
NIDN	: 0317089402	

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Menyetujui,
Ketua Bidang Studi



Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Jakarta, Senin, 16 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul Pengaruh *Buzzer* Terhadap *Brand Image* Carasun (Survei Terhadap *Followers Brand* Carasun di Instagram).

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi Advertising and Marketing Communication Universitas Mercu Buana. Segala hambatan dan kesulitan tidak terlepas pada saat penyusunan skripsi. Namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, serta saran dari berbagai pihak semua hambatan dapat penulis atasi. Maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Engga Probi Endri, M.A selaku Penguji Ahli Sidang Tugas Akhir
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Sidang Tugas Akhir
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
5. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Wakil Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
6. Orang tua serta teman-teman terdekat penulis Ridho, Devina, Danina, Fairuz, Rifany, Maulana, dan Reynanda yang turut memberikan doa, dukungan, dan semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran penulis saat melakukan penelitian. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 7 April 2022



Penulis,
Muhammad Daffa Sabil



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Daffa Sabil
NIM : 44319010055
Program Studi : Advertising & Marcomm

Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Pengaruh *Buzzer* Terhadap *Brand Image* Carasun (Survei Terhadap *Followers @Carasunid* di Instagram)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Senin, 16 Januari 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Daffa Sabil

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Online.....	25
2.2.3 <i>Buzzer</i>	27
2.2.4 <i>Brand Image</i>	30

2.2.5	Perilaku Konsumen.....	31
2.2.6	Keputusan Pembelian	33
2.2.7	Teori S-O-R.....	36
BAB III		40
METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Paradigma Penelitian	40
3.2	Pendekatan Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian.....	41
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Waktu Penelitian.....	43
3.4.2	Metode Survey	43
3.4.3	Sumber Data	43
3.4.4	Validitas dan Reabilitas.....	44
3.5	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	48
3.5.1	Definisi Konsep	48
3.5.2	Operasionalisasi Konsep.....	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Skala Likert.....	49
3.6.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	50
3.7	Hipotesis	51
BAB IV		52
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.2	Produk	53
4.1.3	Profil Pasar	55
4.2	Hasil Penelitian	55

4.2.1	Karakteristik Responden.....	56
4.2.2	Deskriptif Kategori Variabel.....	58
4.3	Pembahasan	77
BAB V		85
PENUTUP		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
5.2.1	Saran Akademis	86
5.2.2	Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2020	2
Gambar 2. Konten dari brand Skin Game di media sosial Instagram	7
Gambar 3. Isi kolom komentar antusias SkinGame	8
Gambar 4. Isi kolom komentar buzzer postingan Skin Game	9
Gambar 5. Bukti chat pihak Carasun menyewa jasa buzzer	10
Gambar 6. Klarifikasi pihak Carasun di media sosial Instagram	11
Gambar 7. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	34
Gambar 8. Model S-O-R	37
Gambar 9. Logo Carasun	52
Gambar 10. Carasun Solar Smart UV Protector	53
Gambar 11. Carasun Solar Smart UV Cushion	54

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	19
Table 2. Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Buzzer	45
Table 3. Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Buzzer	45
Table 4. Kriteria Reabilitas.....	46
Table 5. Hasil Data Reabilitas Variabel Buzzer	47
Table 6. Hasil Data Reabilitas Variabel Brand Image	47
Table 7. Ringkasan Hasil Uji Reabilitas	47
Table 8. Operasionalisasi Konsep.....	48
Table 9. Ketentuan Skala Likert Lima Tingkat	50
Table 10. Jenis Kelamin Responden	56
Table 11. Pekerjaan Responden.....	56
Table 12. Usia Responden.....	57
Table 13. Pertanyaan Dimensi Buzzer 1	58
Table 14. Pertanyaan Dimensi Buzzer 2	59
Table 15. Pertanyaan Dimensi Buzzer 3	60
Table 16. Pertanyaan Dimensi Buzzer 4	60
Table 17. Pertanyaan Dimensi Buzzer 5	61
Table 18. Pertanyaan Dimensi Buzzer 6	62
Table 19. Pertanyaan Dimensi Buzzer 7	62
Table 20. Pertanyaan Dimensi Buzzer 8	63
Table 21. Pertanyaan Dimensi Buzzer 9	64
Table 22. Pertanyaan Dimensi Brand Image 1	65
Table 23. Pertanyaan Dimensi Brand Image 2	65

Table 24. Pertanyaan Dimensi Brand Image 3	66
Table 25. Pertanyaan Dimensi Brand Image 4	67
Table 26. Pertanyaan Dimensi Brand Image 5	67
Table 27. Pertanyaan Dimensi Brand Image 6	68
Table 28. Pertanyaan Dimensi Brand Image 7	69
Table 29. Pertanyaan Dimensi Brand Image 8	69
Table 30. Pertanyaan Dimensi Brand Image 9	70
Table 31. Pertanyaan Dimensi Brand Image 10	71
Table 32. Statistik Deskriptif Hasil Kuesioner	72
Table 33. Rumus Menghitung Kategorisasi Variabel Buzzer	72
Table 34. Hasil Hitung Kategorisasi Variabel Buzzer	73
Table 35. Rumus Menghitung Kategorisasi Variabel Brand Image	73
Table 36. Hasil Hitung Kategorisasi Variabel Brand Image	74
Table 37. Hasil Koefisiensi	74
Table 38. Hasil Analisis Anova	76
Table 39. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	76



 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	91
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Variabel Buzzer	95
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	98
Lampiran 4. Hasil Uji Reabilitas Variabel Buzzer	101
Lampiran 5. Hasil Uji Reabilitas Variabel Brand Image	101
Lampiran 6. Hasil Data 88 Responden.....	102
Lampiran 7. CV Penulis	111
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian	113

