



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@TheDarmawangsaSquare_ TERHADAP *BRAND AWARENESS*
FOLLOWERS THE DARMAWANGSA SQUARE**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi bidang Studi *Public Relations*

Disusun Oleh :

Muhamad Fathan Aldino

44217120039

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Fathan Aldino

NIM : 44217120039

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram
@thedarmawangsquare_ Terhadap Brand Awareness Followers The
Darmawangsa Square.

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.

Jakarta, 27 Januari 2023



(Muhamad Fathan Aldino)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Fathan Aldino
NIM : 44217120039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram
*@thedarmawangsquare_ Terhadap Brand Awareness Followers The
Darmawangsa Square.*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana I pada Program Studi/ Bidang Studi S1 Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1: Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

NIDN : 0322088201

Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

NIDN : 0316026801

Penguji Ahli : Yuliawati, M.Ikom

NIDN : 0306097205

()

()

()

UNIVERSITAS
Menyetujui Ketua Bidang Studi *Public Relations*
MERCUBUANA

(
Suryaning Hayati, S.E, M.M., M.IKom)

Jakarta, 27 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

()

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

()

(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @thedarmawangsquare_ Terhadap *Brand Awareness* Followers The Darmawangsa Square” dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1). Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.

Peneliti sadar akan masih banyaknya kekurangan dalam proposal skripsi ini yang jauh dari sempurna, namun peneliti telah berusaha untuk memberikan yang terbaik. Dengan segala kekurangan dan kelebihannya, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari peralatan dan bantuan beberapa pihak, baik bantuan moril maupun materil oleh karena itu peneliti ingin memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku dosen pembimbing dan Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran dan bimbingannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si. selaku ketua program studi ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana

3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Terima kasih kepada Mama (Ranesih) dan Bapak (Alm. Priyono Rudyanto) karena atas do'a dan dukungan yang tidak pernah putus-putus sejak awal penulis dilahirkan hingga saat penulis menyelesaikan penelitian ini.
5. Terima kasih kepada Adik-adik saya yaitu Mahatma Gandhi dan Miskah Anggraini yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tiada henti supaya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
6. Terima kasih kepada teman terdekat saya yaitu Surya Danna S.I.Kom, Wiwin Septiyani S.I.Kom, Sabrina Septiana Datu, dan Upi Mariasani yang telah memberikan dorongan serta motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini,

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian serupa. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan demikian, penulis menerima kritikan dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 27 Januari 2023

Muhammad Fathan Aldino

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhamad Fathan Aldino
NIM : 44217120039
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram
@thedarmawangsasquare_ Terhadap Brand Awareness Followers The
Darmawangsa Square.

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, 27 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Muhamad Fathan Aldino)

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.3.2.1 Manfaat Akademis | 7 |
| 1.3.2.2 Manfaat Praktis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.2 <i>Public Relations</i> | 15 |
| 2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i> | 15 |
| 2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i> | 155 |
| 2.2.3 Peran <i>Public Relations</i> | 16 |
| 2.2.4 Ruang lingkup <i>Public Relations</i> | 17 |
| 2.2.5 Sasaran kegiatan <i>Public Relations</i> | 18 |
| 2.2.6 Digital <i>Public Relations</i> | 18 |
| 2.3 <i>New Media</i> | 21 |
| 2.3.1 Definisi <i>New Media</i> | 21 |
| 2.3.2 Karakteristik <i>New Media</i> | 22 |
| 2.4 Media Sosial..... | 23 |
| 2.4.1 Definisi Media Sosial (Jejaring Sosial)..... | 23 |
| 2.4.2 Karakteristik Media Sosial..... | 24 |
| 2.4.3 Penggunaan Sosial Media | 25 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.4.4 | Instagram..... | 27 |
| 2.5 | <i>Brand Awareness</i> | 30 |
| 2.5.1 | Pengertian <i>Brand Awareness</i> | 30 |
| 2.5.2 | Peran <i>Brand Awareness</i> | 33 |
| 2.6 | Teori Uses and Effect..... | 33 |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| 2.8 | Hipotesis..... | 35 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 36 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian..... | 36 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 37 |
| 3.3 | Populasi Dan Sample | 38 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 38 |
| 3.3.2 | Sampel (rumus)..... | 39 |
| 3.3.3 | Penarikan Sample..... | 40 |
| 3.4 | Definisi Dan Operasionalisasi Konsep..... | 41 |
| 3.4.1 | Definisi konsep | 41 |
| 3.4.2 | Operasionalisasi konsep | 42 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.5.1 | Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.5.2 | Data Sekunder | 46 |
| 3.6 | Validitas dan Reliabilitas | 46 |
| 3.6.1 | Validitas | 46 |
| 3.6.2 | Reliabilitas | 49 |
| 3.7 | Teknik analisis Data..... | 52 |
| 3.7.1 | Uji Regresi Linear Sederhana | 53 |
| 3.7.2 | Uji Hipotesis | 54 |
| BAB IV | | 56 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 56 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 56 |
| 4.1.1 | Sejarah Agung Sedayu Group..... | 56 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi Agung Sedayu Group | 57 |
| 4.1.3 | Property | 57 |
| 4.1.4 | Struktur Organisasi | 59 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 59 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.2.1 | Karakteristik Responden | 59 |
| 4.2.2 | Penggunaan Media Sosial Instagram (X)..... | 61 |
| 4.2.2.1 | <i>Context</i> X1 (Konteks) | 61 |
| 4.2.2.2 | <i>Communication</i> X2 (Komunikasi)..... | 63 |
| 4.2.2.3 | <i>Collaboration</i> X3 (Kolaborasi) | 65 |
| 4.2.2.4 | <i>Connection</i> X4 (Koneksi) | 67 |
| 4.2.3 | <i>Brand Awareness</i> (Y)..... | 70 |
| 4.2.3.1 | <i>Top of Mind</i> Y1 (Pikiran teratas) | 70 |
| 4.2.3.2 | <i>Brand Recognition</i> Y2 (Pengenalan Merk)..... | 71 |
| 4.2.3.3 | Brand Recall Y3 (Ingatan Merk)..... | 73 |
| 4.2.3.4 | <i>Unaware of Brand</i> Y4 (Ketidaksadaran Merk)..... | 75 |
| 4.3 | Analisis Data | 78 |
| 4.3.1 | Uji Korelasi | 78 |
| 4.3.2 | Uji Regresi Linear Sederhana | 79 |
| 4.4 | Uji Hipotesis | 80 |
| 4.4.1 | Uji F | 80 |
| 4.5 | Pembahasan..... | 82 |
| BAB V | | 90 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 90 |
| 5.1 | Kesimpulan | 90 |
| 5.2 | Saran..... | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 96 |
| LAMPIRAN | | 98 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep | 42 |
| Tabel 3. 2 Variabel Penggunaan Media Sosial Instagram | 48 |
| Tabel 3. 3 Variabel <i>Brand Awareness</i> | 49 |
| Tabel 3. 4 Tingkat Reliabilitas | 51 |
| Tabel 3. 5 Hasil Reliabilitas Statistik..... | 51 |
| Tabel 3. 6 Hasil Reliabilitas Statistik..... | 51 |
| Tabel 3. 7 Skala Likert | 53 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden | 59 |
| Tabel 4. 2 Usia Responden..... | 60 |
| Tabel 4. 3 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-1 | 61 |
| Tabel 4. 4 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-2 | 62 |
| Tabel 4. 5 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-3 | 64 |
| Tabel 4. 6 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-4 | 65 |
| Tabel 4. 7 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-5 | 66 |
| Tabel 4. 8 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-6 | 67 |
| Tabel 4. 9 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-7 | 68 |
| Tabel 4. 10 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-8 | 69 |
| Tabel 4. 11 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-9 | 70 |
| Tabel 4. 12 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-10 | 71 |
| Tabel 4. 13 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-11 | 72 |
| Tabel 4. 14 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-12 | 73 |
| Tabel 4. 15 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-13 | 74 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 16 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-14 | 75 |
| Tabel 4. 17 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-15 | 76 |
| Tabel 4. 18 Data Frekuensi Jawaban Item Pertanyaan ke-16 | 77 |
| Tabel 4. 19 Uji Korelasi | 78 |
| Tabel 4. 20 Uji Regresi | 79 |
| Tabel 4. 21 Uji Koefisien Regresi..... | 80 |
| Tabel 4. 22 Uji F | 81 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|---------------------------------|
| Lampiran 1 | Draft Kuesioner |
| Lampiran 2 | Curriculum V |
| Lampiran 3 | Permohonan Menyebar Kuesioner |
| Lampiran 4 | Permohonan Menyebar Kuesioner |
| Lampiran 5 | Ucapan Terima Kasih |
| Lampiran 6 | Tabel Tabulasi Variabel X dan Y |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA