



**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @*flavorbliss* TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KE BROADWAY
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM FLAVOR BLISS)**

SKRIPSI

Tugas Akhir Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

UNIV Disusun Oleh : S
Rizqi Aldiansyah
44217010015
MERCU BUANA

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA


LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizqi Aldiansyah
NIM : 4421710015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung Ke Broadway (Survei Pada Followers Instagram @flavorbliss)** 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, 1 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,


(Rizqi Aldiansyah)

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. A. Rahman HI, M.Si)

Ketua Bidang Studi



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



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung Ke Broadway (Survei Pada Followers Instagram Flavor Bliss)
Nama : Rizqi Aldiansyah
NIM : 44217010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Agustus 2021

Ketua Sidang:

Sofia Aunul, M.Si



(.....)

Penguji Ahli:

Haekal Fajri Amrullah, M.Comm

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(.....)

Pembimbing:

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

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung Ke Broadway (Survei Pada Followers Instagram Flavor Bliss)

Nama : Rizqi Aldiansyah

NIM : 44217010015

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 12 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. A. Rahman H.I., M.Si., CICS)

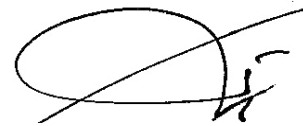
(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rizqi Aldiansyah
NIM : 44217010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung Ke Broadway (Survei Pada Followers Instagram Flavor Bliss)

Jakarta, 12 Agustus 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. A. Rahman HI, M.Si, CICS)

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rizqi Aldiansyah
44217010015

Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung Ke Broadway (Survei Pada Followers Instagram Flavor Bliss).

Bibliografi : 5 BAB 108 hal + Lampiran + 29 Buku + 11 Jurnal + 6 Data Website

ABSTRAK

Kegiatan Public Relations pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Public Relations dalam sebuah perusahaan bertugas untuk menjalankan komunikasi yang baik kepada para khalayaknya, banyak cara dilakukan perusahaan dalam menjalankan komunikasi salah satunya melalui media sosial. Instagram menjadi media sosial yang sangat digemari saat ini, selain itu media sosial Instagram menjadi alat publikasi bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung terutama pada followers Instagram Flavor Bliss.

Pendekatan konsep penelitian ini menggunakan teori 4C dari Chris Heuer yang menjelaskan bahwa komponen 4C (context, communication, collaboration, connection) merupakan komponen yang harus ada dalam setiap media sosial agar mudah digunakan serta memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya dan teori AIDDA (Awareness, Interest, Desire, Decision, and Action) dalam proses ini, komunikator harus berusaha untuk terlebih dahulu membangkitkan kesadaran.

Dengan pendekatan Kuantitatif, populasi penelitian ini adalah followers Instagram @flavorbliss dengan total 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan mendapatkan hasil (R square) sebesar 0.391, yang berarti bahwa Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Berkunjung adalah sebesar 39,1%. Dapat diartikan bahwa Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss Terhadap Minat Berkunjung berpengaruh sebesar 39,1% dan sisanya 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci : Public Relations, Konten Instagram, Minat Berkunjung



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

University Of Mercu Buana
Faculty Of Communication Science
Public Relations
Rizqi Aldiansyah
44217010015

The Influence of @flavorbliss Instagram Content on Interest in Visiting Broadway (Survey of Flavor Bliss Instagram Followers).

Bibliography : 5 CHAPTER 108 pages + Appendix + 29 Books + 11 Journals + 6 Website Data

ABSTRACT

Public Relations activities are essentially communication activities. Public Relations in a company is tasked with carrying out good communication to its audience, there are many ways the company does in carrying out communication, one of which is through social media. Instagram is a very popular social media today, besides that Instagram is a publication tool for companies. The purpose of this study was to determine the effect of @flavorbliss Instagram content on visiting interest, especially on Flavor Bliss Instagram followers.

This research concept approach uses the 4C theory from Chris Heuer which explains that the 4C component (context, communication, collaboration, connection) is a component that must exist in every social media so that it is easy to use and fulfills the goals of the individuals who use it and the AIDDA theory in this process, the communicator must try to first raise awareness.

With a quantitative approach, the population of this study is Instagram followers @flavorbliss with a total of 100 respondents. Data collection techniques using survey methods by distributing questionnaires to respondents. Based on the calculations that have been made, the result (R square) is 0.391, which means that the Effect of Instagram Content on Visiting Interest is 39.1%. It can be interpreted that the influence of @flavorbliss Instagram content on visiting interest has an effect of 39.1% and the remaining 59.9% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Public Relations, Instagram Content, Visiting Interests

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat limpahan karunia nikmat-Nya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten *Instagram @flavorbliss* terhadap Minat Berkunjung Ke *Broadway* (Survei Pada *Followers Instagram @flavorbliss*)” dengan lancar.

Pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 [Universitas Mercu Buana bidang studi Public Relations]. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti sadar masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu peneliti menerima berbagai saran dan kritik yang membangun agar di masa yang akan datang tulisan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Pada kesempatan ini peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. A. Rahman, H.I., M.Si., CICS selaku Dosen Pembimbing yang telah menyumbangkan waktu, perhatian, dan pikiran, serta ilmu-ilmunya yang sangat berguna dan bermanfaat yang disampaikan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, S.E., MM., M.I.kom selaku Kepala Bidang Studi

Public Relations Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Kedua Orang Tua Ayah, Mama Serta Kakak yang tidak pernah bosan untuk mendoakan, menemani, memotivasi dan memberikan dukungannya dengan penuh kasih sayang kepada peneliti.
8. Segenap keluarga besar, terima kasih atas doa-doa baik yang kalian berikan kepada peneliti.
9. Arinda Brili Damayanti, yang selalu menemani serta memotivasi peneliti dalam segala hal.
10. Michael, Vito, Roby, Dillar, Shinta dan Dinda sahabat yang tidak pernah bosan memberikan dukungan serta arahan selama penelitian ini dan selalu memberikan waktu yang menyenangkan sehingga peneliti merasa nyaman mengerjakan penelitian ini.
11. Rica, Via, Tania, Amanna, Desfira, Adit dan Bocah Team yang selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan serta memberikan saran agar peneliti merasa termotivasi untuk menyelesaikan penelitian.

12. Teman-teman seperjuangan serta teman-teman Mahasiswa/i *Public Relations* 2017 Universitas Mercu Buana Jakarta. Terima Kasih sudah bersedia mendengarkan peneliti selama penelitian ini berlangsung.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti mohon maaf apabila terdapat kekeliruan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di masa yang akan datang.



Jakarta, 24 April 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizqi Aldiansyah'.

Rizqi Aldiansyah

44217010015

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|-------------|
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB II | 14 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2 Kajian Teoritis..... | 22 |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi..... | 22 |
| 2.2.2 Public Relations..... | 27 |
| 2.2.3 New Media..... | 30 |
| 2.2.4 Minat Berkunjung..... | 39 |
| 2.2.5 Sosiopsikologi..... | 41 |
| 2.2.6 Teori AIDDA..... | 42 |
| 2.3 Hipotesis Teori..... | 44 |
| BAB III | 46 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 46 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 46 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 46 |
| 3.3 Populasi dan Sample | 47 |

| | |
|---|------------|
| 3.3.1 Populasi..... | 47 |
| 3.3.2 Sample | 48 |
| 3.3.3 Kerangka Sample..... | 50 |
| 3.3.4 Teknik Penarikan Sample | 50 |
| 3.4 Definisi Operasional Konsep | 51 |
| 3.4.1 Definisi Konsep | 51 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep | 52 |
| 3.5 Tektik Pengumpulan Data..... | 55 |
| 3.5.1 Data Primer | 55 |
| 3.5.2 Data Sekunder..... | 57 |
| 3.5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 57 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 64 |
| 3.6.1 Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 64 |
| 3.6.2 Analisis Koefisien Determinasi | 65 |
| 3.6.3 Uji Hipotesis | 65 |
| BAB IV | 68 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 68 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 68 |
| 4.1.1 Sejarah Flavor Bliss..... | 68 |
| 4.1.2 Jam Operasional..... | 69 |
| 4.1.3 Logo Flavor Bliss..... | 70 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 71 |
| 4.2.1 Data Responden | 71 |
| 4.2.4 Variabel X Pengaruh Konten Instagram @flavorbliss | 73 |
| 4.2.5 Variabel Y Minat Berkunjung Ke Broadway | 82 |
| 4.2.6 Analisis Data..... | 94 |
| 4.3 Pembahasan..... | 100 |
| BAB V..... | 105 |

| | |
|--|------------|
| KESIMPULAN DAN SARAN | 105 |
| 5.1 Kesimpulan | 105 |
| 5.2 Saran..... | 107 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 107 |
| 5.2.3 Saran Praktis | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |
| LAMPIRAN..... | 112 |
| Lampiran 1 : Draft Kuisisioner | 112 |
| Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas | 115 |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas | 116 |
| Lampiran 4 : Hasil Data Responden | 116 |
| Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana | 117 |
| Lampiran 6 : Hasil Uji Koefisien Determinasi | 117 |
| Lampiran 7 : Hasil Uji Korelasi | 118 |
| Lampiran 8 : Hasil Uji T | 118 |
| Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian | 119 |
| Lampiran 10 : Surat Izin Melakukan Penelitian | 120 |
| CURRICULUM VITAE | 121 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep | 52 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert | 56 |
| Tabel 3. 3 Uji Validitas Konten Instagram | 60 |
| Tabel 3. 4 Uji Validitas Minat Berkunjung..... | 61 |
| Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Alpha | 62 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas | 63 |
| Tabel 3. 7 Interpretasi Korelasi..... | 66 |
| Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71 |
| Tabel 4. 2 Data Responden Yang Merupakan Pengikut Instagram @flavorbliss. | 72 |
| Tabel 4. 3 Data Responden Yang Mencari Informasi Melalui Instagram @flavorbliss | 72 |
| Tabel 4. 4 Akun Instagram @flavorbliss Memiliki Daya Tarik Pesan Dalam Aktivitas Publikasi | 73 |
| Tabel 4. 5 Penggunaan Bahasa Pada Akun @flavorbliss Mudah Untuk Dimengerti | 74 |
| Tabel 4. 6 Pesan Yang Disampaikan Akun Instagram @flavorbliss memenuhi kebutuhan Informasi Yang Dibutuhkan Followers | 75 |
| Tabel 4. 7 Penjelasan Yang Diajukan Oleh Followers Dapat Terjawab Sehingga Menciptakan Komunikasi Yang Baik | 76 |
| Tabel 4. 8 Saya Pernah Membagikan Informasi Dari Akun Instagram @flavorbliss Kepada Teman atau Kerabat Saya | 77 |
| Tabel 4. 9 Saya Pernah Memberikan Saran Kepada Akun Instagram @flavorbliss Untuk Menciptakan Hal-Hal Terbaru | 78 |
| Tabel 4. 10 Saya Berminat Untuk Bergabung Ketika Akun Instagram @flavorbliss Sedang Melakukan IG Live..... | 79 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4. 11 Saya Mengikuti Informasi Terbaru Yang Diberikan Akun Instagram @flavorbliss | 80 |
| Tabel 4. 12 Saya Sering Mengunjungi Kembali Akun Instagram @flavorbliss... | 81 |
| Tabel 4. 13 Saya Merasa Konten Instagram @flavorbliss Membuat Saya Ingin Mencari Informasi Lebih Dalam | 82 |
| Tabel 4. 14 Konten Instagram @flavorbliss Dapat Menimbulkan Minat Saya Untuk Berkunjung ke Broadway | 83 |
| Tabel 4. 15 Akun Instagram @flavorbliss Menarik Perhatian Followers | 84 |
| Tabel 4. 16 Saya Melihat Unggahan Akun Instagram @flavorbliss Pada Beranda/Timeline | 85 |
| Tabel 4. 17 Konten Instagram @flavorbliss Selalu Menyajikan Hal Baru..... | 86 |
| Tabel 4. 18 Akun Instagram @flavorbliss Melakukan Publikasi Agar Membangkitkan Keinginan Untuk Berkunjung ke Broadway | 87 |
| Tabel 4. 19 Caption Pada Konten Instagram @flavorbliss Memiliki Nilai Informasi..... | 88 |
| Tabel 4. 20 Unggahan Dari Akun Instagram @flavorbliss Membuat Saya Melihat Informasi Apa Yang Disampaikan | 89 |
| Tabel 4. 21 Saya Mencari Informasi Di Akun Instagram @flavorbliss Sebelum Memutuskan Berkunjung ke Broadway | 90 |
| Tabel 4. 22 Saya Berkunjung ke Broadway, Setelah Melihat Konten Instagram Flavor Bliss | 91 |
| Tabel 4. 23 Saya Mendapat Informasi dan Hiburan Setelah Melihat Instagram Flavor Bliss | 92 |
| Tabel 4. 24 Saya Merekomendasikan Flavor Bliss Kepada Teman dan Kerabat Untuk Berkunjung ke Broadway | 93 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 94 |
| Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 96 |
| Tabel 4. 27 Hasil Uji Korelasi | 97 |
| Tabel 4. 28 Interpretasi Korelasi | 98 |

Tabel 4. 29 Hasil Uji T..... 99



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Instagram Flavor Bliss | 4 |
| Gambar 1. 2 The Broadway Flavor Bliss Alam Sutera..... | 8 |
| Gambar 4. 1 Logo The Flavor Bliss..... | 70 |

