



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@bahteraspace TERHADAP *BRAND AWARENESS* BAGI
FOLLOWERS BAHTERA AGENCY
(Survey pada Followers Instagram @bahteraspace)**

**TUGAS AKHIR
(Skripsi)**

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :
FIKRI AULIA JUMATRI
44218010156**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikri Aulia Jumatri
NIM : 44218010156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram
@bahteraspace Terhadap Brand Awareness Bagi
Followers Bahtera Agency

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, 11 Januari 2024



Fikri Aulia Jumatri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fikri Aulia Jumatri
NIM : 44218010156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram
@bahteraspace Terhadap Brand Awareness Bagi
Followers Bahtera Agency

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Marwan Mahmudi, M.Si
NIDN : 0311036703
Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si
NIDN : 0316026801
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, Ph.D
NIDN : 0324128202



Jakarta, 11 Januari 2024

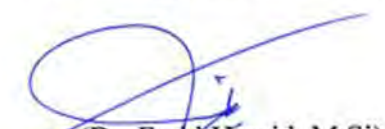
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fikri Aulia Jumatri
NIM : 44218010156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @bahteraspace Terhadap Brand Awareness Bagi Followers Bahtera Agency

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, 11 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Fikri Aulia Jumatri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Bahteraspace Terhadap Brand Awareness bagi followers Bahtera Agency (Survey Pada Followers Instagram @Bahteraspace)”. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan ujian akhir semester pada mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak dapat terlaksana tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Marwan Mahmudi, M.Si selaku Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan saran untuk skripsi.
2. Bapak Prof Dr, Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom, Selaku Ketua Bidang Studi *Publik Relations* Universitas Mercu Buana.
5. Orang tua saya Ibu Samanianti, Ibu yang sudah mendukung saya serta memberikan kekuatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Serta teman-teman penulis yang telah membantu penulis dan juga telah memberikan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 10 May 2024

Fikri Aulia Jumatri



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Secara teoritis,	9
1.4.2 Secara praktis,.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2. Komunikasi	17
2.2.1 Cyber Communication	19
2.2.2 Komunikasi Organisasi	21
2.3 <i>Publik relations</i> s.....	22
2.4.2 Fungsi <i>Publik relations</i> s	23
2.4 New Media	24
2.4.1 Media Online	25
2.5 Penggunaan Media Sosial	25
2.5.1 Karakteristik Media Sosial.....	30

2.6 Instagram	34
2.6.1 Karakteristik Instagram.....	35
2.7 <i>Brand Awareness</i>	36
2.8 HIPOTESIS	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Teknik penarikan Sampel.....	45
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel	45
3.4.1 Definisi Konsep	45
3.4.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Independen (X).....	48
3.4.3 Definisi Operasionalisasi Variabel Dependen (Y)	48
3.4.4 Operasionalisasi Konsep	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1 Data Primer.....	56
3.5.2 Data Sekunder	56
3.6 Teknik Analisa Data	56
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.6.3 Analisis Regresi.....	62
3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi	64
3.6.5 Uji T.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Deskripsi Akun Instagram @bahteraspace.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Jenis Kelamin	68
4.2.2 Usia.....	69

4.2.3 Profesi.....	69
4.2.4 Wilayah Tempat Tinggal.....	70
4.3 Hasil Penelitian.....	71
4.3.1 Variabel X Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Bahteraspace	71
4.3.2 Variabel Y <i>Brand Awareness</i> Bahtera Agency	88
4.4 Analisis Data.....	99
4.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	99
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	100
4.5 Uji Hipotesis.....	101
4.5.1 Hasil Uji T	101
4.6 Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Akademis.....	106
5.2.2 Saran Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	111

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Konsep	55
Tabel 3. 2	Validitas.....	59
Tabel 3. 3	Nilai Alpha	61
Tabel 3. 4	Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2	Usia.....	69
Tabel 4. 3	Profesi.....	69
Tabel 4. 4	Wilayah Tempat tinggal	70
Tabel 4. 5	Akun Instagram @bahteraspace dalam	71
Tabel 4. 6	Akun Instagram @bahteraspace dalam membingkai	72
Tabel 4. 7	Akun Instagram @bahteraspace dalam membingkaig	72
Tabel 4. 8	Akun Instagram @bahteraspace menampilkan	73
Tabel 4. 9	Pesan (Informasi) dari akun Instagram.....	74
Tabel 4. 10	Terjalin nya komunikasi antara admin dari akun	74
Tabel 4. 11	konten yang disampaikan di akun @bahteraspace	75
Tabel 4. 12	Pesan atau informasi yang di berikan oleh akun	76
Tabel 4. 13	Adanya hubungan timbal balik antara followers.....	76
Tabel 4. 14	Followers memberikan masukan terhadap akun.	77
Tabel 4. 15	Followers atau audience memberikan komentar pada.....	77
Tabel 4. 16	akun Instagram @bahteraspace mendapatkan.....	78
Tabel 4. 17	Followers sering mengunjungi kembali akun	79
Tabel 4. 18	Followers merasa kurang puas jika tidak	79
Tabel 4. 19	Followers menunggu konten terbaru dari Instagram	80
Tabel 4. 20	Followers selalu memberikan komentar terhadap	80
Tabel 4. 21	Pesan (Informasi) dari akun Instagram.....	81
Tabel 4. 22	Terjalin nya komunikasi antara admin	82
Tabel 4. 23	konten yang disampaikan di akun @bahteraspace	82
Tabel 4. 24	Pesan atau informasi yang di berikan oleh	83
Tabel 4. 25	Adanya hubungan timbal balik antara followers,.....	83

Tabel 4. 26	Adanya rasa ingin tahu yang mengenai.....	84
Tabel 4. 27	Hasil skor tertinggi dan terendah dari pernyataan.....	85
Tabel 4. 28	Followers langsung mengetahui atau mengingat	88
Tabel 4. 29	Followers mengetahui product yang ada di konten akun	88
Tabel 4. 30	Followers mengetahui pemeran dari konten akun.....	89
Tabel 4. 31	Follwers mengetahui logo dari akun instaram.....	89
Tabel 4. 32	Followers mengingat dan mengetahui konten.....	90
Tabel 4. 33	Followers @bahteraspace melihat konten.....	90
Tabel 4. 34	Followers mengetahui Followers mengetahui	91
Tabel 4. 35	Followers mengingat dan mengetahui.....	92
Tabel 4. 36	Followers mengingat dan mengetahui service	92
Tabel 4. 37	Followers hanya mengetahui akun instagraam.....	93
Tabel 4. 38	Followers mengetahui konten di akun Instagram.....	93
Tabel 4. 39	Followers mengetahui akun Instagram.....	94
Tabel 4. 40	Followers tidak mengetahui konten di akun.....	95
Tabel 4. 41	Followers tidak mengetahui informasi.	95
Tabel 4. 42	Hasil Tertinggi Dan Terendah Pernyataan Pada	96
Tabel 4. 43	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	99
Tabel 4. 44	Hasil Uji Koefisien Determinasi	100
Tabel 4. 45	Hasil Uji T.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Quosioner.....	111
Lampiran 2 Data Awal Validitas.....	119
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	121
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	130
Lampiran 5 Hasil Regresi Linear Sederhana	130
Lampiran 6 Hasil Regresi Koefisien Determinansi	130
Lampiran 7 Hasil Uji T	131
Lampiran 8 Dokumentasi Instagram.....	131
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian	132
Lampiran 10 CV Peneliti	133



UNIVERSITAS
MERCU BUANA