

Pengaruh Terpaan Media terhadap Minat Beli Produk pada *Followers*

Instagram @promodazzle

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun oleh:

Reza Madani

20170530214

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reza Madani

Nomor Mahasiswa : 20170530214

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Media terhadap Minat Beli Produk pada
Followers Instagram @promodazzle

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip mau pun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 6 Desember 2021



Reza Madani

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur, Terima kasih kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan anugerah, nikmat, kekuatan, dan rencana yang luar biasa, hingga saya berhasil melalui segala proses dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya persembahkan karya ini dengan sepenuh hati kepada kedua orangtua saya, Sri Muldyastuti dan Duyitno, serta adik kecil saya, Tino atas segala do'a, dukungan, dan kasih yang menyertai setiap perjalanan hidup saya sampai di titik ini. Terima kasih juga karena selalu ada dan mengapresiasi segala bentuk usaha saya.

Terima kasih kepada Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan kesempatannya untuk membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih kepada Bikuna, yang telah hadir memberikan dorongan, dukungan, motivasi, dan kasih, sehingga saya bisa tetap berdiri tegak untuk sampai di titik ini.

Terima kasih kepada teman-teman baik saya selama masa kuliah, yang senantiasa memberikan dukungan hingga membantu saya sampai di titik akhir dalam proses kuliah saya.

Thank you Coldplay, i know you guys will never gonna read this message, but i really want to thank you for making those all crazy songs, your song is really matter for me since i was 10, and even your songs has accompany me while i wrote this thesis.

Terima kasih juga kepada siapa pun yang telah menyempatkan diri untuk terlibat dalam proses penelitian saya dalam pengerjaan tugas akhir ini.

Dan tentunya, terima kasih kepada Reza Madani, diri saya sendiri, atas segala hal yang telah dilalui dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Salam,

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, dan kebaikannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Media terhadap Minat Beli Produk pada *Followers* Instagram @promodazzle” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata-I di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penulisan laporan skripsi ini tentunya tak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia berupa kekuatan, kesabaran, kemudahan, dan karunia lainnya yang selalu hadir kebersamaan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Isipol, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Aswad Ishak, S.IP, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang senantiasa meluangkan waktu dan usaha dalam memberikan dukungan dan bimbingan, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

5. Haryadi Arief Nuur R, S.IP., M.Sc. dan Dr. Suciati, S.Sos, M.Si. yang telah berkenan menjadi dosen penguji saya, terima kasih atas masukan dan sarannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
7. Seluruh karyawan dan staf Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu memudahkan penulis selama berkuliah di prodi Ilmu Komunikasi UMY.
8. Pihak Dazzle yang dengan ikhlas memberikan informasi-informasi yang penulis butuhkan terkait penelitian ini.
9. Seluruh responden penelitian saya, serta semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa hasil karya ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk berdiskusi dan berharap akan ada saran dan kritik yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Penulis



Reza Madani

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis.....	13
E. Kerangka Teori.....	14
1. Terpaan Media.....	14
2. Minat Beli.....	16
F. Kerangka Pikir	20
G. Hipotesis.....	21
H. Definisi Konseptual dan Operasional.....	22
1. Definisi Konseptual	22
2. Definisi Operasional.....	22
I. Metode Penelitian.....	31

1. Jenis Penelitian	31
2. Populasi dan Sampel	32
3. Teknik Sampling	34
4. Teknik Pengumpulan Data	34
5. Uji Validitas dan Reabilitas.....	36
6. Uji Asumsi Klasik	38
7. Teknik Analisis Data	39
BAB II.....	41
GAMBARAN UMUM	41
A. Deskripsi Akun Instagram @ <i>promodazzle</i>	41
B. <i>Followers</i> Akun Instagram @ <i>promodazzle</i>	49
BAB III	51
PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	51
A. Uji Instrumen Penelitian	51
1. Uji Validitas	52
a. Variabel Terpaan Media (X)	53
b. Variabel Minat Beli (Y)	54
2. Uji Reliabilitas	55
B. Sajian Data	56
1. Gambaran Umum Responden.....	57
2. Sebaran Data.....	61
C. Uji Asumsi Klasik	90
1. Uji Normalitas	90
2. Uji Linieritas.....	91
D. Pengujian Hipotesis.....	93
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	93
2. Analisis Koefisien Determinasi.....	95
E. Pembahasan.....	97

BAB IV	107
PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116
KUESIONER	124
DATA UJI KUESIONER PADA 35 RESPONDEN	126
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL TERPAAN MEDIA	131
DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	142
TABULASI DATA 400 RESPONDEN	158
UJI NORMALITAS KOLMOGOROV-SMIRNOV	158
UJI LINIERITAS	158
UJI REGRESI LINIER SEDERHANA	159
UJI KOEFISIEN DETERMINASI	160

DAFTAR GAMBAR

BAB I

1. Gambar 1.1 : Media Sosial Yang paling Sering digunakan di Indonesia.... 3
2. Gambar 1.2 : Data Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 4
3. Gambar 1.3 : Pemanfaatan Fitur Instagram @promodazzle 8
4. Gambar 1.4 : Kerangka Pikir 20

BAB II

1. Gambar 2.1 : Akun Instagram @promodazzle 42
2. Gambar 2.2 : Logo Dazzle 43
3. Gambar 2.3 : Unggahan feed, *instastory* dan IGTV @promodazzle 44
4. Gambar 2.4 : Konten Promo Bulanan @promodazzle 45
5. Gambar 2.5 : Tagline “ramurah radidol” @promodazzle..... 46
6. Gambar 2.6 : Repost *Instastory* Followers @promodazzle..... 47
7. Gambar 2.7 : Give Away dan Undian Hadiah @promodazzle..... 48
8. Gambar 2.8 : Postingan @promodazzle dengan Jumlah Like..... 50
9. Gambar 2.9 : Postingan @promodazzle dengan Jumlah Like..... 50

DAFTAR TABEL

BAB I

1. Tabel 1.1 : Daftar Akun Instagram 7
2. Tabel 1.2 : Matrik Indikator Variabel 25

BAB III

1. Tabel 3.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Media 53
2. Tabel 3.2 : Hasil Uji Validitas Minat Beli 54
3. Tabel 3.3 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel 56
4. Tabel 3.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
5. Tabel 3.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 58
6. Tabel 3.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 60
7. Tabel 3.7 : Pernyataan 1 Indikator Frekuensi 63
8. Tabel 3.8 : Pernyataan 2 Indikator Frekuensi 64
9. Tabel 3.9 : Pernyataan 3 Indikator Frekuensi 65
10. Tabel 3.10 : Pernyataan 1 Indikator Durasi 67
11. Tabel 3.11 : Pernyataan 1 Indikator Atensi..... 68
12. Tabel 3.12 : Pernyataan 2 Indikator Atensi..... 69
13. Tabel 3.13 : Pernyataan 3 Indikator Atensi..... 70
14. Tabel 3.14 : Pernyataan 4 Indikator Atensi..... 71
15. Tabel 3.15 : Pernyataan 1 Indikator Tertarik mencari
informasi tentang produk 73
16. Tabel 3.16 : Pernyataan 2 Indikator Tertarik mencari
informasi tentang produk 74
17. Tabel 3.17 : Pernyataan 1 Indikator Mempertimbangkan
untuk membeli..... 76
18. Tabel 3.18 : Pernyataan 2 Indikator Mempertimbangkan
untuk membeli..... 77

19. Tabel 3.19 : Pernyataan 3 Indikator Mempertimbangkan untuk membeli.....	78
20. Tabel 3.20 : Pernyataan 4 Indikator Mempertimbangkan untuk membeli.....	79
21. Tabel 3.21 : Pernyataan 1 Indikator Tertarik untuk mencoba.....	81
22. Tabel 3.22 : Pernyataan 2 Indikator Tertarik untuk mencoba.....	82
23. Tabel 3.23 : Pernyataan 1 Indikator Ingin mengetahui produk.....	84
24. Tabel 3.24 : Pernyataan 2 Indikator Ingin mengetahui produk.....	85
25. Tabel 3.25 : Pernyataan 3 Indikator Ingin mengetahui produk.....	86
26. Tabel 3.26 : Pernyataan 1 Indikator Ingin memiliki produk.....	88
27. Tabel 3.27 : Pernyataan 2 Indikator Ingin memiliki produk.....	89
28. Tabel 3.28 : Hasil Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov .	91
29. Tabel 3.29 : Hasil Uji Linieritas.....	92
30. Tabel 3.30 : Hasil Uji Regresi.....	94
31. Tabel 3.31 : Nilai Signifikansi Uji F.....	95
32. Tabel 3.32 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	96