

**Pengaruh Terpaan Konten Video World Kahf Versi Pratama Arhan di Akun
TikTok @kahfeveryday terhadap Sikap Konsumen pada Produk Kahf Face
Wash**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Akhmad Ega Putra Perdana

20200530094

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akhmad Ega Putra Perdana
NIM : 20200530094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Konten Video World Kahf versi Pratama Arhan di Akun TikTok @kahfeveryday terhadap Sikap Konsumen pada Produk Kahf Face Wash”** merupakan karya orisinal saya yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Setiap tulisan atau pandangan dari pihak lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya kutip dengan jelas, mengikuti norma etika keilmuan dalam penyusunan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil duplikasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan



Akhmad Ega Putra Perdana

MOTTO

“You can do it, if you think you can do it.”

(gaputradana)

“Biarkan keyakinan kamu, mengambang 5 cm di depan keningmu. Dan... sehabis itu yang kamu perlu cuma kaki yang akan berjalan lebih jauh dari biasanya, tangan yang akan berbuat lebih banyak dari biasanya, mata yang akan menatap lebih lama dari biasanya, leher yang akan lebih sering melihat ke atas, lapisan tekad yang seribu kali lebih keras dari baja, dan hati yang akan bekerja lebih keras dari biasanya, serta mulut yang akan selalu berdoa.. *Keep our dreams alive, and we will survive..*”

(Donny Dhirgantoro, 5 cm)

“Keep a smile on your face :D”

(Laurentius Rando)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas berkat hidayah, taufik dan Amanah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang paling berjasa di hidup penulis, Ayahanda Nurdin Rida, S.E dan Ibunda Fitriati, S.E, M.IP., yang selalu berjuang demi kehidupan penulis, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
2. Kepada kedua Adik penulis, Egidia Bintang Maharani Putri dan Sultan Atsauri Putra Ridha, Terima kasih selalu bisa telah menjadi sosok adik yang baik bagi penulis. Kalian adalah dua orang yang selalu berhasil menghadirkan tawa dalam hidup penulis.
3. Teruntuk Ravella Mauza Prasasti, terima kasih atas kasih sayang, pengertian, serta kehadiranmu yang selalu membuat setiap langkah penulis lebih berarti. Disetiap tantangan yang penulis hadapi, kamu selalu menjadi sumber kekuatan penulis. Dukunganmu yang tulus membuat penulis terus maju dan tidak pernah menyerah. Semoga ini menjadi awal dari perjalanan yang indah kita ke depan, bersama-sama menggapai mimpi dan cita-cita.
4. Teruntuk teman-teman seperjuangan penulis, meskipun kita berasal dari program studi dan fakultas berbeda, penulis mengucapkan terima kasih untuk Mahmud, Jiddan, Fawwaz, Nabila, Afina dan Rei yang selalu memberikan semangat serta doanya kepada penulis. Teruntuk Bang Haris, terima kasih yang

sangat banyak untuk bimbingan dan telah menjadi mentor penulis selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Teman-teman terdekat penulis, rezeki bukan selalu tentang uang, memiliki teman supportif, loyal dan selalu ada dalam segala keadaan itu juga hal yang wajib disyukuri. Teruntuk Angga, Farizqi, Bena, Rifat, Helga, dan Tanaya. Terima kasih sudah mau mengenal dan berteman dengan penulis. Penulis merasa sangat beruntung bisa hadir di tengah-tengah kalian. Semoga dalam menjalani segala rencana kalian kedepannya diberikan kelancaran hingga mimpi itu terwujud satu per satu.
6. Kepada **Manchester United** selaku klub sepak bola favorit penulis. Terima kasih telah mengajarkan penulis tentang apa arti kesabaran dalam mencapai suatu tujuan, dan mengajarkan penulis untuk lebih menghargai sebuah proses. Dengan menonton **Manchester United** memberikan motivasi yang cukup kepada penulis untuk terus maju, berusaha, dan menerima arti kegagalan serta kehilangan sebagai proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terima kasih telah menemani penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung.
7. Teruntuk almamter tercinta kampus muda mendunia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, penulis merasa bangga bisa berproses, belajar, dan menjadi bagian dari keluarga besar ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Terpaan Konten Video World Kahf versi Pratama Arhan di Akun TikTok @kahfeveryday terhadap Sikap Konsumen pada Produk Kahf Face Wash" dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa dalam proses penyusunan skripsi ini.

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua Orang Tua, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A. dan Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pengetahuan yang berharga dalam memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang telah diberikan selama penulis menempuh masa studi.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberikan pahala yang berlimpah kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 30 September 2024



Akhmad Ega Putra Perdana

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Praktis	11
2. Manfaat Teoritis	12
E. Kajian Teori.....	13

1. Terpaan Konten Video	13
2. Sikap Konsumen	15
3. Teori Advertising Exposure	18
F. Definisi Konsep	21
1. Terpaan Konten Video	21
2. Sikap Konsumen	22
G. Definisi Operasional	23
1. Terpaan Konten Video	23
2. Sikap Konsumen	24
H. Hipotesis Penelitian	25
I. Kerangka Pemikiran	27
J. Metode Penelitian	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Tempat dan Waktu Penelitian	28
3. Populasi dan Sampel	29
4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	32
5. Instrumen Penelitian	33
6. Teknik Analisis Data	35
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Kahf	37

B. Logo Kahf.....	38
C. Sosial Media Tiktok @kahfeveryday	39
D. Konten Video World Kahf versi Pratama Arhan	41
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Pengujian Instrumen (Non Responden).....	43
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	47
B. Identifikasi Responden	49
1. Jenis Kelamin Responden.....	49
2. Usia Responden	50
3. Riwayat Pendidikan Responden	52
C. Deskripsi Data Variabel	53
1. Deskripsi Data Variabel Terpaan Konten Video	53
2. Deskripsi Data Variabel Sikap Konsumen.....	56
D. Pengujian Hipotesis	62
1. Analisis Regresi Linear Sederhana	62
2. Koefisien Determinasi	65
E. Pembahasan.....	66
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71

B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia Bulan Januari 2024.....	2
Gambar 1.2 Jumlah <i>like</i> , <i>comment</i> dan <i>share</i> dari konten video World Kahf di kedua akun Kahf	4
Gambar 1.3 Jumlah <i>views</i> dari konten video World Kahf di kedua akun Kahf	5
Gambar 1.4 Iklan World Kahf yang dibintangi Pratama Arhan di akun TikTok @kahfeveryday	6
Gambar 2.1 Produk-produk dari Kahf	37
Gambar 2.2 Logo Kahf	39
Gambar 2.3 Akun TikTok @kahfeveryday	40
Gambar 3.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 3.2 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	51
Gambar 3.3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan Terakhir	52
Gambar 3.4 Ringkasan Uji Hipotesis X terhadap Y	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah <i>like, comment, share & Views</i> Konten Video World Kahf Versi Pratama Arhan di Tiktok dan Instagram @kahfeveryday	5
Tabel 1.2 Kerangka Berpikir	27
Tabel 1.3 Skala Penilaian Instrumen Penelitian Menggunakan Skala Likert	35
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Analisis Output <i>KMO and Bartlett's Test</i>	45
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Analisis Hasil Output <i>Anti-Image Correlation</i>	45
Tabel 3.3 Uji Validitas Hasil <i>Rotated Component Matrix</i>	46
Tabel 3.4 Uji Reabilitas Menggunakan Metode <i>Cronbach Alpha</i>	48
Tabel 3.5 Karakteristik Responden	49
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan	52
Tabel 3.8 Rekapitulasi Jawaban Responden pada variabel	53
Tabel 3.9 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Frekuensi	54
Tabel 3.10 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Durasi	55
Tabel 3.11 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Atensi	56
Tabel 3.12 Rekapitulasi Jawaban Responden pada variabel Sikap Konsumen (Y)	57
Tabel 3.13 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Afektif.....	58
Tabel 3.14 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Kognitif	60
Tabel 3.15 Jawaban Responden Terhadap Dimensi Konatif.....	61
Tabel 3.16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	63
Tabel 3.17 Nilai Signifikansi Uji F pada Output ANOVA	65

Tabel 3.18 Koefisien Hasil Uji Determinasi Terpaan Konten Video terhadap Sikap Konsumen	66
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Instrumen Penelitian	77
Lampiran 1.2 Output Data Kuisisioner	84