

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL**



SKRIPSI

Geudentius Argoragil Khrisnamurti

00000026787

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Geudentius Argoragil Khrisnamurti

00000026787

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya:

Nama : **GEUDENTIUS ARGORAGIL
KHRISNAMURTI**

Nomor Induk Mahasiswa : **00000026787**

Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND AWARENESS* APLIKASI
BLU BY BCA DIGITAL**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2022



GEUDENTIUS ARGORAGIL KHRISNAMURTI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS* APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL

Oleh

Nama : Geudentius Argoragil Khrisnamurti
NIM : 00000026787
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 23 Juni 2022
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si
NIDN: 0327066402

Pembimbing


Dr. Rismi Jaliadi, S.T., M.Si
NIDN: 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si
NIDN: 0308117706

Penguji



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2022.07.06
13:05:55 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si
NIDN: 0326098501

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Geudentius Argoragil Khrisnamurti
NIM : 00000026787
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/~~Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

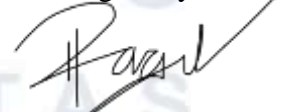
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS* APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 12 Juni 2022

Yang menyatakan,



Geudentius Argoragil Khrisnamurti

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunianya untuk penyelesaian skripsi ini dengan judul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap *Brand Awareness* Aplikasi blu By BCA Digital”

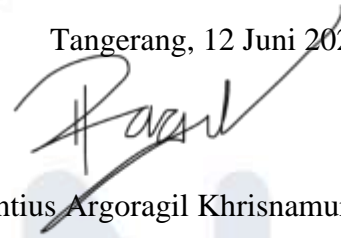
Kajian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa danya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah tidak mudah bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., sebagai dosen pembimbing terbaik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku penguji ahli yang memberikan *insight*, semangat, dan mendukung dalam proses revisi skripsi.
6. Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si., selaku ketua sidang dan memberikan bekal ilmu dalam perkuliahan, sehingga mampu memenuhi persyaratan Sarjana Strata 1 (S1).
7. Keluarga saya untuk Mami Aling Tio dan Koko Raka yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Nathasya Barbie Liudianto yang telah menjadi *support system* terbaik sepanjang perjalanan skripsi berlangsung.

9. Melvina Ferensia yang telah menjadi kakak penyemangat sepanjang perjalanan skripsi.
10. Yordian Novianus selaku sahabat dan karyawan BCA Digital yang telah memberikan informasi seputar aplikasi blu.
11. Grup “Semester Tua” yaitu Angelus, Brenda, Kael, Malvin, Nathan, Nwang, Rekha, Rob, Vincent, dan Yordian yang telah memberikan dukungan satu dengan yang lain.
12. Responden yang menggunakan aplikasi blu dan telah mengisi kuesioner.
13. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, and for just being me at all times.*

Semoga karya ilmiah ini dapat membantu sebagai kajian akademis maupun praktis bagi mahasiswa/ i dari Universitas Multimedia Nusantara maupun Universitas lainnya.

Tangerang, 12 Juni 2022



Geudentius Argoragil Khrisnamurti

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL**

Geudentius Argoragil Khrisnamurti

ABSTRAK

Kehadiran aplikasi blu by BCA Digital menjadikan terobosan terhadap bank digital di Indonesia, namun aplikasi blu masih belum disadari kehadirannya oleh banyak masyarakat, sehingga perlu adanya dorongan dari konten media sosial Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* dari BCA Digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi bidang perbankan digital, berbagai *brand* memproduksi berbagai aplikasi bank digital beserta *benefit* yang berbeda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar presentase yang diperoleh konten media sosial Instagram terhadap *brand awareness* aplikasi blu by BCA Digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bersifat eksplanatif dengan teknik *purposive sampling* dan *non probability* yang menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Penyebaran survei dilakukan kepada 100 responden yang merupakan pengguna aplikasi blu dan mengetahui akun media sosial Instagram @blubybcdigital. Diketahui bahwa konten media sosial Instagram memiliki pengaruh 18.7% terhadap *brand awareness* aplikasi blu, 81.3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Perilaku Nasabah, blu by BCA Digital

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP *BRAND AWARENESS*
APLIKASI BLU BY BCA DIGITAL**

Geudentius Argoragil Khrisnamurti

ABSTRACT (English)

The presence of the blu application by BCA Digital has made a breakthrough for digital banks in Indonesia, but the blu application is still not realized by many people, so there is a need for encouragement from Instagram social media content to increase BCA Digital's brand awareness. This research is motivated by technological developments in the digital banking sector, various brands produce various digital banking applications and their different benefits. The purpose of this study was to determine the influence and how big the percentage obtained by Instagram social media content on the brand awareness of the blu application by BCA Digital. This study uses a quantitative method that is explanative with purposive sampling and non-probability techniques using a survey method through the distribution of online questionnaires. The survey was distributed to 100 respondents who are users of the blu application and know the Instagram @blubybcadigital social media account. see that Instagram's social media content has an 18.7% influence on the blu application's brand awareness, 81.3% is influenced by other factors.

Keywords: Brand Awareness, Customer Behavior, blu by BCA Digital

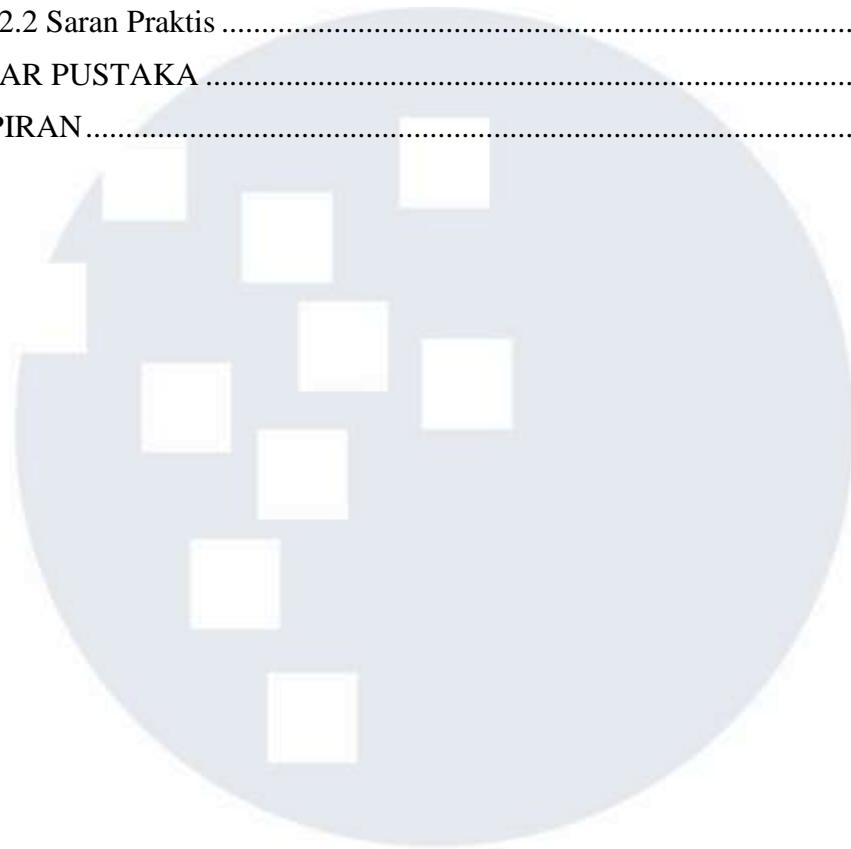
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II.....	10
KERANGKA TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori atau Konsep	17
2.2.1 <i>Social Media</i>	17
2.2.2 <i>Social Media Content</i>	18
2.2.3 <i>Brand Awareness (Kesadaran Merek)</i>	20
2.3 Hipotesis.....	21
2.3.1 Hipotesis Teoritis.....	21
2.3.2 Hipotesis Penelitian	21

2.4 Alur Penelitian.....	22
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis & Sifat Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Populasi & Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel	24
3.4 Operasional Variabel/ Konsep.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Pengukuran Data	28
4.6.1 Uji Validitas	29
4.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Analisis Korelasi.....	32
3.7.2 Uji Normalitas.....	34
1.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana	34
3.7.4 Uji Frekuensi Deskriptif	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	36
4.1.1 Objek Penelitian.....	36
4.1.2 Subjek Penelitian	41
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Uji Normalitas.....	43
4.2.2 Uji Deskriptif	45
4.2.3 Uji Korelasi.....	54
4.2.4 Uji Regresi Linear Sederhana	55
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Uji Hipotesis	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	62

5.2.1 Saran Akademis	62
5.2.2 Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	31
Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas X.....	31
Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas Y.....	32
Tabel 3.6 Skala Interval Koefisien Korelasi.....	33
Tabel 4.1 Data Distribusi Frekuensi "Jenis Kelamin".....	41
Tabel 4.2 Data Distribusi Frekuensi "Usia".....	42
Tabel 4.3 Data Distribusi Frekuensi "Asal Daerah".....	42
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.5 Statistik Indikator "Trend".....	45
Tabel 4.6 Statistik Indikator "Credibility".....	46
Tabel 4.7 Statistik Indikator "Responsibility".....	46
Tabel 4.8 Statistik Indikator "Images".....	47
Tabel 4.9 Statistik Indikator "Color".....	47
Tabel 4.10 Statistik Indikator "Layout".....	48
Tabel 4.11 Statistik Indikator "Quality".....	49
Tabel 4.12 Statistik Indikator "Quantity".....	49
Tabel 4.13 Statistik Indikator "Finding".....	50
Tabel 4.14 Statistik Indikator "Organized".....	50
Tabel 4.15 Statistik Indikator "Sharing".....	51
Tabel 4.16 Statistik Indikator "Mengenali Merek".....	52
Tabel 4.17 Statistik Indikator "Mengingat Merek".....	53
Tabel 4.18 Uji Korelasi.....	54
Tabel 4.19 Model Summary Variabel X.....	55
Tabel 4.20 Uji Anova Variabel X.....	55
Tabel 4.21 Koefisien Variabel X.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Akun Instagram blu by BCA Digital.....	4
Gambar 1.3 Konten Promo blu.....	5
Gambar 1.4 Konten Interaktif.....	6
Gambar 1.5 blu BCA Digital.....	7
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Logo blu by BCA Digital.....	36
Gambar 4.2 Fitur blu by BCA Digital.....	37
Gambar 4.3 Konten Akun Instagram @blubybcadigital.....	40
Gambar 4.4 Konten Tutorial Instagram @blubybcadigital.....	41
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas.....	44
Gambar 4.4 P-PLOT Normalitas.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Turnitin.....	68
Lampiran Google Form Section 1 – Introduction.....	69
Lampiran Google Form Section 2 – Biodata.....	71
Lampiran Google Form Section 3 – Variabel X.....	72
Lampiran Google Form Section 4 – Variabel Y	76
Lampiran Google Form Section 4 – Closing.....	77
Lampiran Profil dan Jawaban Responden.....	78
Lampiran Uji Regresi Linear Sederhana.....	84
Lampiran Frekuensi Biodata.....	85
Lampiran Statistik deskriptif Variabel X.....	86
Lampiran Statistik Deskriptif Variabel Y.....	88
Lampiran Uji Normalitas.....	89
Lampiran Uji Korelasi.....	89
Lampiran Cronbach’s Alpha.....	90
Lampiran Formulir Bimbingan Skripsi.....	91
Lampiran Curriculum Vitae.....	93

