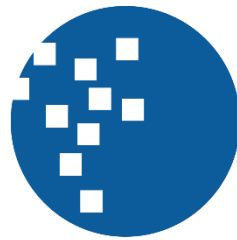


**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
JEROME POLIN TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Felicia Christy Firmandira**

**00000026857**

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

**2022**

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JEROME  
POLIN TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Felicia Christy Firmandira**

**0000026857**

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

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felicia Christy Firmandira

Nomor Induk Mahasiswa : 00000026857

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JEROME POLIN TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA”

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, 17 Juni 2022



Felicia Christy Firmandira

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JEROME POLIN  
TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA”

Oleh

Nama : Felicia Christy Firmandira

NIM : 00000026857

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

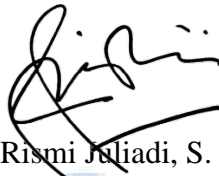
Telah diujikan pada hari Selasa, 21 Juni 2022

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

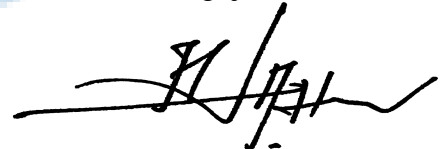
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.  
NIDN: 0303056102

Pembimbing



Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.  
NIDN: 0325108004

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Felicia Christy Firmandira

NIM : 00000026857

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 TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JEROME POLIN TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA**

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 memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 21 Juni 2022

Yang menyatakan,



Felicia Christy Firmandira

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Jerome Polin Terhadap *Brand Equity* Menantea” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Selvi Amalia, S.Pi., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan, dan mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
5. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., selaku Penguji sidang skripsi.
6. Dr. Rismi Juliadi, S. T., M.Si., selaku Ketua sidang skripsi.
7. Para responden penelitian yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Orang tua serta adik yang selalu memberikan doa dan dukungan selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
9. Angel Paulina, Kevin Martin, Kezia, Tamara Sutanto, Tasya Aurelly, Sherly dan Yessica Gracia yang selalu memberikan dukungan dan menjadi penyemangat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 17 Juni 2022



Felicia Christy Firmandira

# PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JEROME POLIN TERHADAP *BRAND EQUITY* MENANTEA

Oleh: Felicia Christy Firmandira

## ABSTRAK

Jerome Polin merupakan seorang *Youtuber* dan *Influencer* yang pada 10 April 2021 membuka bisnis minuman teh buah. Melalui akun media sosial Instagram @jeromepolin dengan fitur Instagram Story, terlihat konten-konten komunikasi persuasif yang dibuat oleh Jerome Polin dengan tujuan agar para *followers*-nya dapat mengetahui tentang *brand* Menantea dan mengajak untuk terus membeli produk tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak dan seberapa besar pengaruh antara terpaan media sosial pada akun Instagram Jerome Polin terhadap *brand equity* Menantea. Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), merupakan proses dalam berkomunikasi yang berhubungan dengan transformasi sikap seseorang. Terpaan media merupakan suatu keadaan dimana seseorang terkena pesan komunikasi melalui media, yang dapat diukur berdasarkan faktor frekuensi, durasi, serta atensi. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan sifat eksplanatif, metode yang digunakan adalah survei melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 300 responden *followers* akun Instagram @jeromepolin serta pernah melakukan pembelian produk Menantea. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah adanya pengaruh antara terpaan media sosial pada akun Instagram Jerome Polin terhadap *brand equity* Menantea sebesar 45,6%, dengan dimensi atensi yang memberikan pengaruh paling besar terhadap *brand equity*, yaitu 52,6%.

**Kata Kunci:** Instagram, Jerome Polin, Komunikasi Persuasif, Menantea, Terpaan Media Sosial

U M N  
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

# ***THE INFLUENCE OF JEROME POLIN'S INSTAGRAM SOCIAL MEDIA EXPOSURE TO MENANTEA'S BRAND EQUITY***

By: Felicia Christy Firmandira

## ***ABSTRACT***

*Jerome Polin is a Youtuber and Influencer who opened a fruit tea drink on April 10, 2021. Through the Instagram @jeromepolin social media account with the Instagram Story feature, you can see persuasive communication content created by Jerome Polin with the aim that his followers can find out about the Menantea brand and invite them to continue buying the product. This study aims to determine whether or not there is an influence and how much influence there is between social media exposure on Jerome Polin Instagram account and Menantea brand equity. The theory used is S-O-R (Stimulus-Organism-Response), which is a communication process related to changes in a person's attitude. Media exposure is a condition where a person is exposed to communication messages through the media, media exposure can be measured by frequency, duration, and attention factors. This type of research is quantitative explanatory with survey method by distributing online questionnaires to a sample of 300 respondents who follow the Instagram account @jeromepolin and have purchased Menantea products. The results obtained from this study are that there is an influence between social media exposure on Jerome Polin's Instagram account on Menantea's brand equity of 45.6%, with the attention dimension having the greatest influence on brand equity which is 52,6%.*

***Keywords:*** Instagram, Jerome Polin, Menantea, Persuasive Communication, Social Media Exposure

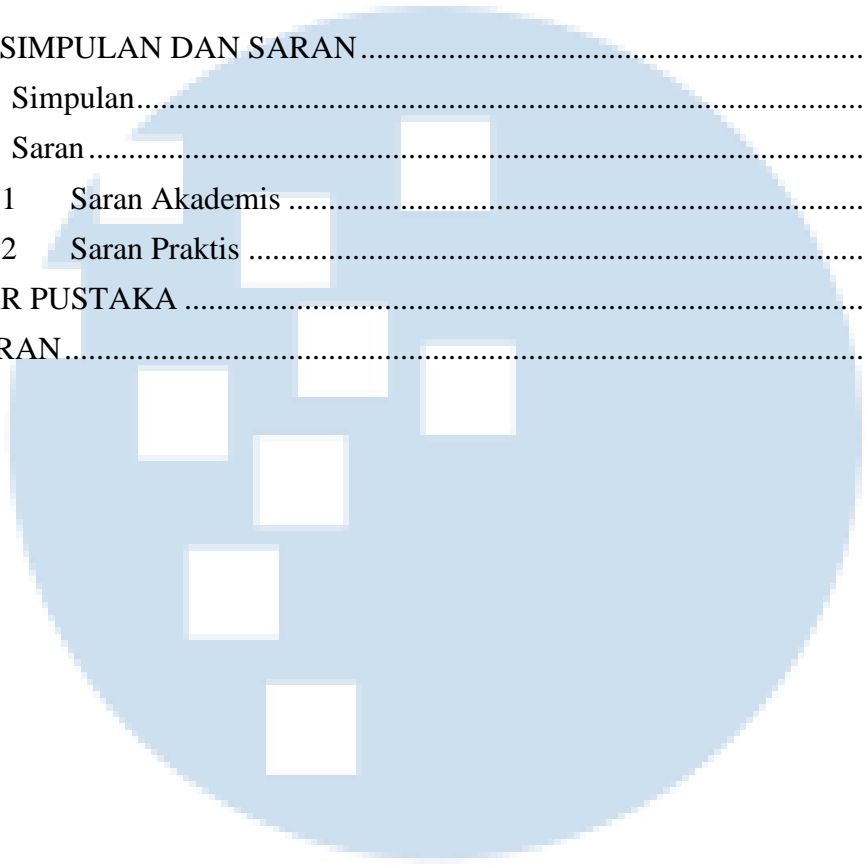
U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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
1.5.3 Keterbatasan Sosial.....	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori dan Konsep.....	13
2.2.1 Teori S-O-R ( <i>Stimulus-Organism-Response</i> ).....	13
2.2.2 Terpaan Media.....	15
2.2.3 Media Sosial.....	16
2.2.4 Komunikasi Persuasif.....	18
2.2.5 <i>Brand Equity</i> .....	20
2.3 Hipotesis Teoritis.....	23

2.4	Alur Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian.....	25
3.2	Metode Penelitian.....	25
3.3	Populasi dan Sampel .....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	27
3.4.1	Variabel Terpaan Media.....	27
3.4.2	Variabel <i>Brand Equity</i> .....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6	Teknik Pengukuran Data .....	31
3.6.1	Uji Validitas .....	31
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	33
3.7	Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1	Uji Normalitas.....	34
3.7.2	Uji Regresi Linier Sederhana .....	34
3.7.3	Uji Korelasi .....	35
3.7.4	Uji Hipotesis .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		37
4.1	Subjek dan Objek Penelitian .....	37
4.1.1	Subjek Penelitian.....	37
4.1.2	Objek Penelitian .....	41
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Variabel X Terpaan Media.....	45
4.2.2	Variabel Y <i>Brand Equity</i> .....	48
4.2.3	Uji Normalitas.....	53
4.2.4	Uji Regresi Linier Sederhana .....	55
4.2.5	Uji Korelasi .....	58
4.2.6	Uji Hipotesis .....	59
4.3	Pembahasan.....	59



BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1    Simpulan.....	66
5.2    Saran.....	67
5.2.1    Saran Akademis .....	67
5.2.2    Saran Praktis .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN.....	71

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-Rata Waktu Menggunakan Internet.....	2
Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan.....	3
Gambar 1. 3 Profil Instagram Jerome Polin.....	4
Gambar 1. 4 Interaksi Jerome Polin dengan Followers .....	5
Gambar 1. 5 Antusiasme dari followers Jerome Polin.....	6
Gambar 1. 6 Konten komunikasi persuasif Jerome Polin kepada followers.....	6
Gambar 2. 1 Model Teori S-O-R .....	15
Gambar 2. 2 Alur Penelitian.....	24
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin Responden .....	37
Gambar 4. 2 Diagram Usia Responden.....	38
Gambar 4. 3 Diagram Domisili Responden .....	39
Gambar 4. 4 Diagram Pekerjaan Responden .....	40
Gambar 4. 5 Profil Instagram Jerome Polin.....	41
Gambar 4. 6 Profil Instagram Menantea .....	42
Gambar 4. 7 Beberapa Gerai Menantea .....	42
Gambar 4. 8 Aktivitas Komunikasi Persuasif Jerome Polin di Instagram .....	44
Gambar 4. 9 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 10 Grafik Normal Plot Uji Normalitas.....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Penentuan Sampel .....	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....	28
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X .....	32
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y .....	32
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha .....	33
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel X .....	33
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	33
Tabel 3. 8 Nilai Koefisien Korelasi .....	35
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	38
Tabel 4. 3 Domisili Responden .....	39
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden .....	40
Tabel 4. 5 Dimensi Frekuensi .....	45
Tabel 4. 6 Dimensi Durasi .....	46
Tabel 4. 7 Dimensi Atensi .....	47
Tabel 4. 8 Dimensi Brand Awareness .....	48
Tabel 4. 9 Dimensi Brand Association .....	50
Tabel 4. 10 Dimensi Perceived Quality .....	51
Tabel 4. 11 Dimensi Brand Loyalty .....	53
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linier Sederhana (Anova) .....	55
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Sederhana (R Square) .....	55
Tabel 4. 14 Besar Pengaruh Dimensi Frekuensi Terhadap Brand Equity .....	56
Tabel 4. 15 Besar Pengaruh Dimensi Durasi Terhadap Brand Equity .....	56
Tabel 4. 16 Besar Pengaruh Dimensi Atensi Terhadap Brand Equity .....	57
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linier Sederhana (Koefisien Regresi) .....	57
Tabel 4. 18 Uji Korelasi .....	58

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	35
Rumus 4. 1 Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	57

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran B Data Responden Penelitian .....	77
Lampiran C Hasil Jawaban Responden Variabel X.....	85
Lampiran D Hasil Jawaban Responden Variabel Y.....	95
Lampiran E Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y .....	105
Lampiran F Hasil Uji Statistika.....	109
Lampiran G R Tabel.....	110
Lampiran H T Tabel.....	110
Lampiran I Direct Message Instagram untuk Pengisian Kuesioner.....	111
Lampiran J Form Bimbingan Skripsi.....	112
Lampiran K Hasil Turnitin.....	114
Lampiran L CV .....	115

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA