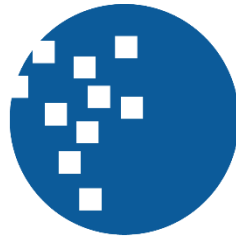


**PENGARUH *STORYTELLING* IKEA X DU ANYAM  
TERHADAP *BRAND IMAGE* IKEA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Cynthia Indriani Wijaya**

**0000034046**

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

**2023**

**PENGARUH *STORYTELLING* IKEA X DU ANYAM  
TERHADAP *BRAND IMAGE* IKEA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

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

**Cynthia Indriani Wijaya**

**0000034046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cynthia Indriani Wijaya

NIM : 00000034046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Pengaruh *Storytelling* IKEA X Du Anyam terhadap *Brand Image* IKEA”

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 dalam Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 16 Juni 2023



Handwritten signature of Cynthia Indriani Wijaya.

Cynthia Indriani Wijaya

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh *Storytelling* IKEA X Du Anyam terhadap *Brand Image* IKEA”

Oleh

Nama : Cynthia Indriani Wijaya

NIM : 00000034046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dian Nuranindya,  
S.E., M.Si.  
2023.07.11  
23:30:59 +07'00'

Dian Nuranindya, S.E., M.Si  
NIDN 0314128502

Penguji



Dr. Endah Murwani, M.Si.  
NIDN 0327066402

Pembimbing



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.,  
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2023.07.14  
09:14:56 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cynthia Indriani Wijaya

NIM : 00000034046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh *Storytelling* IKEA X Du Anyam terhadap *Brand Image* IKEA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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, 16 Juni 2023

Yang menyatakan,



Cynthia Indriani Wijaya

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penyusunan skripsi dengan judul: “**PENGARUH *STORYTELLING* IKEA X DU ANYAM TERHADAP *BRAND IMAGE* IKEA**” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman seperjuangan, Tasya, Marissa, Felix, dan William, yang senantiasa membantu dan menyemangati penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. *Partner* yang suportif, Hansen, yang memberikan dukungan dan menemani penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi pembaca.

Tangerang, 16 Juni 2023



Cynthia Indriani Wijaya



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **PENGARUH *STORYTELLING* IKEA X DU ANYAM TERHADAP *BRAND IMAGE* IKEA**

Cynthia Indriani Wijaya

## **ABSTRAK**

Untuk menjadi sebuah perusahaan yang berkembang, penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat melakukan inovasi dan penciptaan produk baru. Perusahaan perlu memikirkan strategi yang tepat untuk membuat produk memiliki citra yang baik sehingga dipilih oleh konsumen, seperti IKEA Indonesia yang memanfaatkan strategi *storytelling* dan melakukan pembuatan produk bersama dengan *social enterprise* asal Indonesia, Du Anyam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *storytelling* IKEA Indonesia dan Du Anyam terhadap *brand image* IKEA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei kepada 100 responden. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *storytelling* terhadap *brand image* IKEA sebesar 14.6%. Sementara sisanya sebesar 85.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *storytelling*, *brand image*, IKEA, Du Anyam





# ***THE INFLUENCE OF IKEA X DU ANYAM'S STORYTELLING TOWARDS IKEA'S BRAND IMAGE***

Cynthia Indriani Wijaya

## ***ABSTRACT (English)***

*To become a growing company, it is important for a company to be able to innovate and create new products. But before releasing a new product, companies need to think about the right strategies, so the products will have a good image and be chosen by consumers. For example, IKEA Indonesia that utilizes storytelling and creating products together with a social enterprise from Indonesia named Du Anyam. This study aims to determine how much storytelling will influence IKEA's brand image. This study uses a quantitative and explanatory approach. Data collection in this research using survey methods to 100 respondents. Hypothesis testing in this study was carried out using a simple linear regression test. The results showed an effect between storytelling and co-branding activity toward IKEA's brand image by 14.6%. In contrast, the remaining 85.4% is influenced by other factors not examined in this study.*

***Keywords:*** *storytelling, brand image, IKEA, Du Anyam*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br>KEPENTINGAN AKADEMIS ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR .....   | v    |
| ABSTRAK .....  | vii  |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....  | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....  | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 4    |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....  | 4    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....   | 5    |
| 1.5 Kegunaan Penelitian.....   | 5    |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis .....  | 5    |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis .....   | 5    |
| BAB II KERANGKA TEORI.....   | 6    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 6    |
| 2.2 Konsep yang Digunakan .....  | 1    |
| 2.2.1 Model Komunikasi David K. Berlo.....                                     | 1    |
| 2.2.2 <i>Storytelling</i> .....  | 2    |
| 2.2.3 <i>Brand Image</i> .....   | 4    |
| 2.3 Hipotesis Teoritis .....   | 4    |
| 2.4 Alur Penelitian.....   | 5    |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....   | 6    |
| 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....  | 6    |
| 3.2 Metode Penelitian.....   | 6    |

|  |  |    |
|--|--|----|
| 3.3  | Populasi dan Sampel .....              | 7  |
| 3.3.1  | Populasi.....                          | 7  |
| 3.3.2  | Sampel .....                           | 7  |
| 3.4  | Operasionalisasi Variabel.....         | 8  |
| 3.5  | Teknik Pengumpulan Data .....          | 15 |
| 3.5.1  | Data Primer .....                      | 15 |
| 3.5.2  | Data Sekunder.....                     | 15 |
| 3.6  | Teknik Pengukuran Data .....           | 16 |
| 3.6.1  | Uji Validitas .....                    | 16 |
| 3.6.2  | Uji Reliabilitas .....                 | 19 |
| 3.7  | Teknik Analisis Data .....             | 20 |
| 3.7.1  | Uji Asumsi Klasik.....                 | 20 |
| 3.7.2  | Uji Regresi Linear Sederhana .....     | 20 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |  | 22 |
| 4.1  | Objek Penelitian .....                 | 22 |
| 4.2  | Hasil Penelitian.....                  | 29 |
| 4.2.1  | Karakteristik Responden.....           | 30 |
| 4.2.2  | Variabel <i>Storytelling</i> (X) ..... | 31 |
| 4.2.3  | Variabel <i>Brand Image</i> (Y) .....  | 38 |
| 4.2.4  | Uji Normalitas.....                    | 42 |
| 4.2.5  | Uji Heteroskedastisitas .....          | 42 |
| 4.2.6  | Uji Regresi Linear Sederhana .....     | 43 |
| 4.3  | Pembahasan .....                       | 44 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....               |  | 49 |
| 5.1  | Simpulan.....                          | 49 |
| 5.2  | Saran .....                            | 49 |
| 5.2.1  | Saran Akademis .....                   | 49 |
| 5.2.2  | Saran Praktis .....                    | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         |  | 51 |
| LAMPIRAN .....                               |  | 55 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 9  |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....                                   | 10 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....  | 15 |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X ( <i>Storytelling</i> ) .....            | 16 |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y ( <i>Brand Image</i> ) .....             | 18 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ( <i>Storytelling</i> ) .....   | 19 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y ( <i>Brand Image</i> ) .....    | 19 |
| Tabel 4.1 Frekuensi dan Persentase Usia Responden .....                     | 30 |
| Tabel 4.2 Frekuensi dan Persentase Jenis Kelamin Responden .....            | 30 |
| Tabel 4.3 Frekuensi dan Persentase Domisili Responden .....                 | 31 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Dimensi <i>Message</i> .....                            | 32 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Dimensi <i>Conflict</i> .....                           | 33 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Dimensi <i>Character</i> .....                          | 34 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Dimensi <i>Plot</i> .....                               | 36 |
| Tabel 4.8 Frekuensi Dimensi <i>Strength of Brand Associations</i> .....     | 38 |
| Tabel 4.9 Frekuensi Dimensi <i>Favorability of Brand Associations</i> ..... | 39 |
| Tabel 4.10 Frekuensi Dimensi <i>Uniqueness of Brand Associations</i> .....  | 40 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Produk Kolaborasi IKEA Indonesia dan Du Anyam .....                         | 3  |
| Gambar 2.1 Alur Penelitian.....  | 5  |
| Gambar 4.1 Logo IKEA .....   | 22 |
| Gambar 4.2 Logo Du Anyam.....  | 22 |
| Gambar 4.3 Adegan Pohon Lontar pada Video Kolaborasi IKEA dan Du Anyam<br>.....        | 23 |
| Gambar 4.4 Ide Awal Terbentuknya Du Anyam .....  | 24 |
| Gambar 4.5 Pendiri Du Anyam.....   | 24 |
| Gambar 4.6 Latar Belakang Informasi Mengenai Anyaman .....                             | 25 |
| Gambar 4.7 Proses Pengambilan Pucuk Lontar .....                                       | 25 |
| Gambar 4.8 Proses Perebusan Daun Lontar.....   | 26 |
| Gambar 4.9 Proses Pengeringan Daun Lontar .....  | 26 |
| Gambar 4.10 Proses Penganyaman .....   | 27 |
| Gambar 4.11 Interaksi Founder dengan Penganyam .....                                   | 27 |
| Gambar 4.12 Kedekatan Founder dengan Penganyam .....                                   | 28 |
| Gambar 4.13 Proses Distribusi Produk Anyaman .....                                     | 28 |
| Gambar 4.14 Penjelasan Dampak yang Dihasilkan Du Anyam melalui Produk<br>Anyaman ..... | 29 |
| Gambar 4.15 Penjelasan Kontribusi IKEA dan Konsumen dalam Memberi<br>Dampak .....      | 29 |
| Gambar 4.16 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....       | 42 |
| Gambar 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Rank Spearman</i> .....                   | 43 |
| Gambar 4.18 Uji Regresi Linear Sederhana .....   | 43 |
| Gambar 4.19 <i>Model Summary</i> Uji Regresi Linear Sederhana .....                    | 44 |

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran A: Kuesioner Penelitian.....                  | 56 |
| Lampiran B: Data Variabel <i>Storytelling</i> (X)..... | 62 |
| Lampiran C: Data Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....  | 66 |
| Lampiran D: Hasil Uji Validitas .....                  | 70 |
| Lampiran E: Hasil Uji Reliabilitas .....               | 71 |
| Lampiran F: Hasil Uji Normalitas.....                  | 72 |
| Lampiran G: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....         | 73 |
| Lampiran H: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....   | 73 |
| Lampiran I: Formulir Konsultasi Skripsi .....          | 74 |
| Lampiran J: Hasil Pengecekan Turnitin.....             | 77 |
| Lampiran K: <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....          | 86 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA