



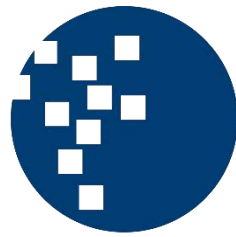
Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @48TIME TERHADAP
BRAND IMAGE JKT48**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

JONATHAN JOEL KRISNAWAN

0000036897

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

2023

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @48TIME TERHADAP
BRAND IMAGE JKT48**



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

JONATHAN JOEL KRISNAWAN

0000036897

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jonathan Joel Krisnawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000036897
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @48TIME TERHADAP *BRAND IMAGE* JKT48

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, 9 Juni 2023

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Jonathan Joel Krisnawan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @48TIME TERHADAP
BRAND IMAGE JKT48**

Oleh

Nama : Jonathan Joel Krisnawan
NIM : 00000036897
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Juni 2023
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2023.06.27
13:13:29 +07'00'

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

Penguji



Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.
04050999105

Pembimbing

Date: 2023.06.27
'13:21:11 +07'00



Dr. Daniel Susilo, S.I.Kom., M.I.Kom.
0718129001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.06.27
13:54:31 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, M. Si.
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jonathan Joel Krisnawan
NIM : 00000036897
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : ~~*Tesis~~/Skripsi (*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 INSTAGRAM @48TIME TERHADAP *BRAND IMAGE* JKT48

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, 22 Juni 2023

Yang menyatakan,



Jonathan Joel Krisnawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur bahwa telah selesainya skripsi ini dengan judul Pengaruh Konten Instagram @48time Terhadap *Brand Image* JKT48 disusun dalam memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya secara sadar bahwa terdapat berbagai bantuan dan bimbingan dari beragam pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin berterima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang karena kasih-Nya terus membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Ninok Leksono, M. A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, M. Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Dr. Daniel Susilo, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya (Papi, Mami, Fael, Popoh) yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Anjasmoro Dwi Pamungkas, S.I.Kom., sebagai kakak pendamping yang turut mendampingi dalam mengerjakan tugas akhir ini
8. Angelica Rijisy, Leviana Susanto, Rizky Rahmat Hoesien, Grisella Yulawan, Lidya Natalia, dan Michael sebagai rekan-rekan sejawat yang saling mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. JKT48, selaku idola yang selalu menginspirasi dan memotivasi melalui lagu-lagunya kepada seluruh sendi kehidupan.

10. Rekan-rekan penggemar JKT48 (Alviedo Yuda Purba, Salsabila Amania, Dandy Hidayatulloh, Ronald Sulle Bani, Maudy, Aura Ramadita) yang mendeklarasikan dirinya sebagai fans Independen dan turut mendukung dalam melakukan pengambilan data.
11. Akun @48time yang senantiasa membantu mendukung penyebaran instrument penelitian dengan *broadcast* via Instagram *story*.
12. “Kelompok Tumbuh Bersama” (Christeven Robert Timotius Gosal, Surya Hadiputra, Febe Kartika, Jerell Michael Cussoy, Liem Septian Adi Nugroho, Timothy Aditya Sutanty, Mathew Joseph Susanto, Marcella Leticia Salim, Primaridiana Pradiptasari) yang terus memberikan dukungan dalam doa dan semangat hingga karya skripsi dapat terselesaikan.
13. Kakak-kakak Pengurus Komisi Pemuda GKI Cikarang (Berith Atmaodi, Frinny Debora Karundeng, Yordan Indka Hephzy, Widya Yulianti Saragih, Debora Rumenta Purnamasari Sitorus, Afriando Yobelson Phikant Pesik, Albert Marcus Puntodewo) yang selalu mendukung sang “adik bungsu”-nya dalam doa untuk menuntaskan skripsi.
14. Rekan-rekan lain yang tidak bisa disebutkan secara terperinci yang senantiasa mendukung dalam semangat dan doa agar terselesaikannya skripsi ini.
Kiranya karya skripsi ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi, maupun sumber inspirasi bagi para pembaca dan peneliti berikutnya.

Tangerang, 22 Mei 2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Jonathan Joel Krisnawan



*Di setiap kata dan karyaku:
Haleluya, Amin.*

(Nolan Williams)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @48TIME TERHADAP *BRAND IMAGE* JKT48

JONATHAN JOEL KRISNAWAN

ABSTRAK

Perkembangan media mulai berkembang menjadi media baru. Selain itu, metode pemasaran sudah merambah pada pemasaran media sosial diberbagai sektor, salah satunya pada dunia hiburan. Melihat perkembangan dan penggunaan metode pemasaran media sosial di dunia hiburan tanah air dan adanya *fandom* yang tercipta pada JKT48, menimbulkan pertanyaan mengenai cara konten Instagram dapat memengaruhi citra JKT48, khususnya pengikut akun @48time. Peneliti ingin mengkaji bagaimana dan seberapa besar konten yang dipublikasikan oleh akun @48time memengaruhi citra milik JKT48 melalui respon dari para pengikutnya dengan melihat implementasi dari teori *Stimulus Organism Response*. Penelitian ini berjenis kuantitatif. Metode penelitian yang dijalankan pada topik ini menggunakan metode survei. Penggunaan *purposive sampling* akan digunakan pada penelitian eksplorasi atau lapangan. Teknik yang dipakai pada pengukuran data survei adalah uji validitas (*pearson product moment*), reliabilitas (*cronbach alpha*), dan normalitas (*kolmogorov smirnov*). Berdasarkan pengolahan data dan melalui uji koefisien determinasi, didapatkan besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dipaparkan melalui nilai koefisien determinasi yang didapatkan nilainya sebesar 0,401 atau 40,1% pengaruh konten Instagram @48time terhadap citra merek JKT48 dan sebesar 59,9% sisanya adalah faktor lain yang memengaruhi *brand image* tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan pernyataan terdapat pengaruh konten pada akun Instagram @48time terhadap citra JKT48.

Kata kunci: *fandom*, teori S-O-R, interaksi, citra merek, JKT48

THE INFLUENCES OF @48TIME INSTAGRAM CONTENT'S ON JKT48'S BRAND IMAGE

JONATHAN JOEL KRISNAWAN

ABSTRACT

Media development is starting to develop into new media. In addition, marketing methods have penetrated into social media marketing in various sectors, one of which is in the entertainment world. Seeing the development and use of social media marketing methods in the country's entertainment world and the fandom created in JKT48, raises questions about how Instagram content can influence JKT48's image, especially followers of the @48time account. Researchers want to examine how and how much the content published by the @48time account affects JKT48's image through the responses of its followers by looking at the implementation of the Stimulus Organism Response theory. This research is of quantitative type. The research method carried out on this topic uses the survey method. The use of purposive sampling will be used in exploratory or field research. The techniques used in measuring survey data are validity (pearson product moment), reliability (cronbach alpha), and normality (kolmogorov smirnov) tests. Based on data processing and through the coefficient of determination test, the magnitude of the influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) is presented through the coefficient of determination value which is found to be 0.401 or 40.1% of the influence of @48time Instagram content on JKT48's brand image and the remaining 59.9% are other factors that influence brand image not examined in this study. So, it can be concluded that H₀ is rejected and H₁ is accepted with the statement that there is an influence of content on the @48time Instagram account on JKT48's image.

Keywords: *fandom, S-O-R theory, interaction, brand image, JKT48*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	11
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	11
BAB II	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Teori/Konsep	22
2.2.1. <i>New Media</i>	22
2.2.2. <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2.3. <i>Social Media Content</i>	25
2.2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	27
2.2.5. <i>Stimulus Organism Response Theory</i>	30
2.3. Hipotesis Teoritis.....	32
2.4. Alur Penelitian.....	33
BAB III.....	34
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
3.2. Metode Penelitian	34
3.3. Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1. <i>Purposive Sampling</i>	34
3.3.2. Penghitungan Sampel.....	35
3.4. Operasionalisasi Variabel	36
3.4.1. Pemenuhan faktor penunjang konten media sosial	36
3.4.2. Pemenuhan dimensi-dimensi dalam membangun citra merek	36
3.4.3. Tabel Operasionalisasi Variabel.....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1. Data Primer	42
3.5.2. Data Sekunder	42

3.6. Teknik Pengukuran Data	43
3.6.1. Uji Validitas (<i>Pearson Product Moment</i>)	43
3.6.2. Uji Reliabilitas (<i>Cronbach Alpha</i>)	48
3.6.3. Uji Normalitas (<i>Kolmogorov Smirnov</i>)	50
BAB IV	52
4.1. Subjek Penelitian	52
4.2. Hasil Penelitian	56
4.2.1. Variabel Konten Instagram (X)	56
4.2.2. Variabel Brand Image (Y)	64
4.2.3. Uji Hipotesis	75
4.3. Pembahasan	77
BAB V	82
5.1. Simpulan	82
5.2. Saran	82
5.2.1. Saran Akademis	82
5.2.2. Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel penelitian terdahulu.....	20
Tabel 2.2 Tabel penelitian terdahulu (lanjutan)	21
Tabel 2.3 Tabel hipotesis teoritis	32
Tabel 3.1 Tabel operasionalisasi variabel	38
Tabel 3.2 Tabel operasionalisasi variabel (lanjutan).....	39
Tabel 3.3 Tabel operasionalisasi variabel (lanjutan).....	40
Tabel 3.4 Skala Likert berbasis level persetujuan responden	42
Tabel 3.5 Hasil uji validitas variabel Konten Instagram.....	44
Tabel 3.6 Hasil uji validitas variabel Brand Image.....	46
Tabel 3.7 Tabel rentang nilai reliabilitas Cronbach Alpha	49
Tabel 3.8 Hasil uji reliabilitas variabel Konten Instagram	49
Tabel 3.9 Hasil uji reliabilitas variabel Brand Image	50
Tabel 4.1 Hasil pengujian normalitas (Kolmogorov Smirnov).....	51
Tabel 4.2 Tabel usia responden (dalam frekuensi)	52
Tabel 4.3 Tabel jenis kelamin responden.....	53
Tabel 4.4 Tabel durasi responden menggemari JKT48 (dalam frekuensi)	54
Tabel 4.5 Tabel responden mengisi instrumen penelitian.....	54
Tabel 4.6 Tabel durasi responden mengikuti akun @48time.....	55
Tabel 4.7 Tabel hasil pengambilan data responden	56
Tabel 4.8 Tabel hasil pengambilan data responden (lanjutan).....	58
Tabel 4.9 Tabel hasil pengambilan data responden (lanjutan).....	60
Tabel 4.10 Tabel hasil pengambilan data responden	64
Tabel 4.11 Tabel hasil pengambilan data responden (lanjutan).....	67
Tabel 4.12 Tabel hasil pengambilan data responden (lanjutan).....	70
Tabel 4.13 Tabel pengujian ANOVA ^a	75
Tabel 4.14 Tabel pengujian Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 4.15 Tabel pengujian Koefisien	76

DAFTAR GAMBAR

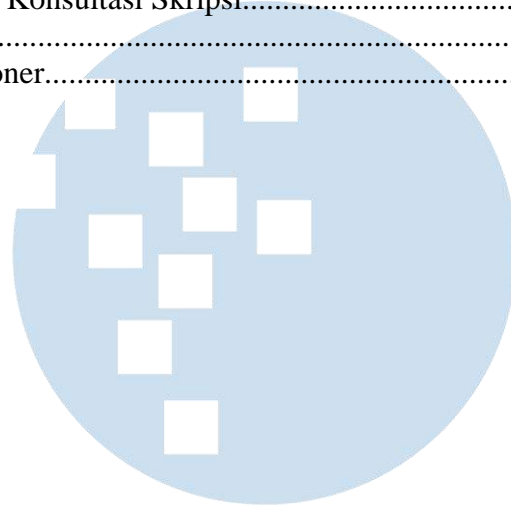
Gambar 1.1 Logo Jakarta48 (JKT48).....	5
Gambar 1.2 Akun Instagram @48time	6
Gambar 1.3 Contoh konten #FACT48TIME milik @48time	6
Gambar 1.4 Contoh konten feeds milik @folkative	7
Gambar 2.1 Skema alur penelitian	33

DAFTAR RUMUS

Rumus Taro Yamane (3. 1).....	35
Rumus korelasi <i>product moment</i> (3. 2).....	43
Rumus uji reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> (3. 3).....	49
Rumus pengujian regresi linear sederhana (3. 4).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

A. Hasil Pemeriksaan Plagiasi (<i>Turnitin</i>).....	88
B. Form Bimbingan Konsultasi Skripsi.....	100
C. Data Responden.....	103
D. Lampiran Kuesioner.....	114



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA