

**PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA
BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI LABUBU**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Tiara Putri Milenia

0000032451

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

2025

**PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA
BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI LABUBU**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tiara Putri Milenia

0000032451

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tiara Putri Milenia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000032451
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI LABUBU

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Januari 2025



Tiara Putri Milenia

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA BLACKPINK
TERHADAP MINAT BELI LABUBU**

Oleh

Nama : Tiara Putri Milenia
NIM : 00000032451
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Desember 2024

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I. Kom
0320077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2024.12.20 10:06:27
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA BLACKPINK
TERHADAP MINAT BELI LABUBU**


Oleh
Nama : Tiara Putri Milenia
NIM : 00000032451
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 15 Januari 2025
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dr. Indiwani Seto Wanjuwibowo, M. Si.
030836601

Penguji


Intan Primadini
2025.01.31
10:46:14 +0700'
Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
032698501

Pembimbing


Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I. Kom
0320077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.01.31
14:28:38 +0700'
Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Putri Milenia

NIM 00000032451

Program Studi : Ilmu Komunikasi

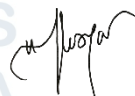
Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI LABUBU

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Desember 2024


(Tiara Putri Milenia)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Sumber Pesan Lisa Blackpink Terhadap Minat Beli Labubu”

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu sudah seharusnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih, kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M. Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Henilia Yulita SE.,MM.,M.I.Kom, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Bonifacius Hendar Prutanto, S. S., M.Hum., sebagai Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi dan dukungan emosional atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Suami saya, Gustira Andhika Putra dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahirah, Tika, Daniel, Amel, dan teman-teman lainnya yang memberikan tawa serta dukungan agar skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 20 Desember 2024


(Tiara Putri Milenia)

PENGARUH EFEKTIVITAS SUMBER PESAN LISA BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI LABUBU

Tiara Putri Milenia

ABSTRAK

Labubu, sebagai salah satu mainan seni koleksi (art toys) yang semakin populer, memiliki daya tarik visual dan emosional yang didukung oleh tren pemasaran digital. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden kepada perempuan gen z berumur 13-28 tahun yang tinggal di Jakarta yang merupakan penggemar karakter Labubu dan mengikuti kegiatan pemasaran di media sosial. Metode penelitian ini adalah survey dan bersifat eksplanatif untuk mengetahui hubungan antara variabel efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Pengaruh efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink memiliki dampak terbesar. Hal ini mengindikasikan pentingnya peran sumber pesanyang memiliki kredibilitas dan kekuatan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk seni koleksi seperti Labubu. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi produsen dan pemasar produk seni dalam merancang strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing di pasar .

Kata kunci: Efektivitas Sumber Pesan, Lisa Blackpink, Minat Beli, Labubu.

The Influence of Lisa Blackpink's Message Source Effectiveness on Purchase Intention in Labubu

Tiara Putri Milenia

ABSTRACT

Labubu, as one of the increasingly popular art toys, possesses visual and emotional appeal supported by digital marketing trends. A quantitative approach was used in this study by distributing questionnaires to 130 respondents, consisting of Gen Z women aged 13-28 years living in Jakarta, who are fans of the Labubu character and follow marketing activities on social media. The research method employed is a survey and is explanatory in nature to determine the relationship between the effectiveness of Lisa Blackpink's source message and purchase interest. The results show that the effectiveness of Lisa Blackpink's source message has a positive and significant impact on purchase interest. The influence of Lisa Blackpink's source message effectiveness has the greatest impact. This indicates the importance of a source message with credibility and power in increasing consumer purchase interest toward collectible art products like Labubu. This study contributes to producers and marketers of art products in designing digital-based marketing strategies to enhance competitiveness in the market.

Keywords: *Source Effectiveness, Lisa Blackpink, Purchase Intention, Labubu.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	8
1.5.4 Keterbatasan Sosial	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Hipotesis Teoritis	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	30

3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas).....	33
3.7	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	44
4.1.1.	Subjek Penelitian.....	44
4.1.2.	Objek Penelitian	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.3	Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	63
5.2.1	Saran Akademis	63
5.2.2	Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		71

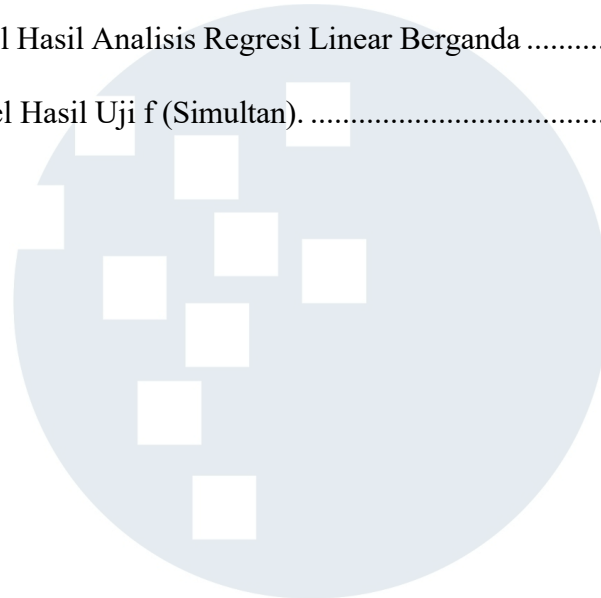


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2 Tabel Karangka Pemikiran.....	26
Tabel 3.1 Tabel Populasi.....	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3.3 Tabel Bobot Nilai Skala Likert.....	33
Tabel 3.4 Tabel Rumus Uji Validitas.	34
Tabel 3.5 Tabel Uji Validitas Variabel Efektivitas Sumber Pesan Lisa Blackpink	35
Tabel 3.6 Tabel Uji Validitas Variabel Minat Beli	36
Tabel 3.9 Tabel Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas X (Efektivitas Sumber Pesan).....	37
Tabel 3.12 Tabel Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas Y (Minat Beli).....	38
Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas Lengkap X (Efektivitas Sumber Pesan).....	45
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Validitas Lengkap Y (Minat Beli).....	47
Tabel 4.5 Tabel Hasil Reliabilitas Lengkap X (Efektivitas Sumber Pesan).	47
Tabel 4.8 Tabel Hasil Reliabilitas Lengkap Y (Minat Beli).	48



Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Multikolonieritas.	50
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Korelasi Berganda	51
Tabel 4.11 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji f (Simultan).	54



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto Grafik Perkembangan Pendapatan Pop Mart Setelah Dipopulerkan oleh Lisa Blackpink	1
Gambar 1.2 Foto yang Menciptakan Boneka Monster Labubu.	2
Gambar 1.3 Unggahan foto Lisa Blackpink bersama Labubu.	3
Gambar 1.4 Antrean Warganet untuk Membeli Labubu.	4
Gambar 3.1 Rumus Slovin.....	29
Gambar 3.2 Hasil Hitungan Kalkulator Slovin.....	29
Gambar 3.3 Rumus Uji Validitas.....	34
Gambar 3.4 Rumus Alpha Cronbach.....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.	71
Lampiran B Konsultasi Form.....	73
Lampiran C Data Penelitia.....	75
Lampiran D Kuesioner.....	77
Lampiran E. Hasil Responden.....	81
Lampiran F Resume	84

