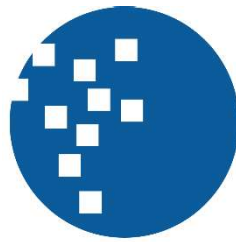


**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM  
@THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Novena Susanto**

**0000027994**

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

**2025**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM  
@THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Novena Susanto**

**0000027994**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Novena Susanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027994

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM  
@THEORIGINOTE TERHADAP *BRAN D TRUST***

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, 17 Desember 2024

UNIVERS  
MULTIME  
NUSANT



(Novena Susanto)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM  
@THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***

Oleh  
Nama : Novena Susanto  
NIM : 00000027994  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 09 Januari 2025  
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



**Drs. Asep Sutresna, M.A.**  
NIDN 0307126303

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed  
by Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
Date: 2025.01.28  
09:33:53 +07'00'

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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novena Susanto

NIM : 00000027994

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA  
INSTAGRAM @THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***

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, 17 Desember 2024



(Novena Susanto)

\* 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 atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan skripsi ini dengan judul: “**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM @THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***” 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 sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos., M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini
5. Ibu Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A., selaku Dosen Penguji Ahli yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Alvin Chandra, Jenika, Judith, Caca dan teman-teman lain yang selalu memberikan saran, bantuan, semangat dan dukungan serta mendengarkan keluh kesah penulis selama penulisan skripsi.

9. Para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner pada penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa depan. Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Novena Susanto)



**PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA INSTAGRAM  
@THEORIGINOTE TERHADAP *BRAND TRUST***

(Novena Susanto)

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi juga dimanfaatkan oleh para pebisnis, salah satunya yang bergerak dalam bidang kecantikan. Saat ini produk – produk kecantikan semakin digemari oleh masyarakat. Untuk menyebarkan mengenai produknya *brand* menggunakan strategi *content marketing* melalui *platform* salah satunya adalah Instagram. *Content marketing* merupakan sebuah cara yang dapat dilakukan untuk melakukan pemasaran yang bertujuan untuk membagikan informasi secara gratis dengan menjual suatu produk/jasa. *Content marketing* memiliki kekuatan yang sangat tinggi yang bisa digunakan di dalam segala proses komunikasi perusahaan terhadap konsumennya. Mengingat The Originote adalah *brand* baru tentunya penting bagi The Originote untuk memperkuat dan mempertahankan *brand trust*. *Brand trust* merupakan faktor yang penting bagi brand karena dapat menimbulkan citra positif dan mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli suatu produk. Penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah *content marketing* pada Instagram @theoriginote berpengaruh pada *brand trust*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data survei. Survei dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada 105 responden. Data dianalisis dengan uji normalitas dan uji regresi linear sederhana. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *content marketing* pada Instagram @theoriginote berpengaruh terhadap *brand trust* hanya sebesar 25% sedangkan 75% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** *brand trust*, *content marketing*, media sosial, The Originote

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# ***THE INFLUENCE CONTENT MARKETING INSTAGRAM***

## ***@THEORIGINOTE ON BRAND TRUST***

(Novena Susanto)

### ***ABSTRACT***

*Technological advances are also utilized by business people, one of which is engaged in beauty. Currently, beauty products are increasingly favored by the public. To spread about their products, brands use content marketing strategies through platforms, one of which is Instagram. Content marketing is a way that can be done to do marketing that aims to share information for free by selling a product / service. Content marketing has a very high power that can be used in all communication processes of the company to its consumers. Given that The Originote is a new brand, of course, it is important for The Originote to strengthen and maintain brand trust. Brand trust is an important factor for brands because it can create a positive image and influence consumer behavior to buy a product. Research was conducted with the aim of knowing whether content marketing on Instagram @theoriginote has an effect on brand trust. This study uses quantitative research and survey data collection techniques. The survey was conducted using a questionnaire distributed to 105 respondents. The data were analyzed using normality test and simple linear regression test. The conclusion of this study is that content marketing on Instagram @theoriginote affects brand trust only by 25% while 75% is influenced by other factors outside this study.*

***Keywords:*** brand trust, content marketing, social media, The Originote

U M W 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 .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
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 .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	6
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.2 Content Marketing .....	18
2.2.3 Brand Trust .....	20
2.3 Hipotesis Teoritis .....	21
2.4 Alur Penelitian .....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	23
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	23
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	24

3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep .....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5.1	Data Primer .....	29
3.5.2	Data Sekunder .....	29
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas).....	29
3.6.1	Uji Validitas .....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1	Uji Normalitas.....	33
3.7.2	Uji Regresi Linear Sederhana .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1	Subjek dan Objek Penelitian .....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	35
4.2.1	Profil Responden.....	35
4.2.2	Variabel Content Marketing .....	37
4.2.3	Variabel Brand Trust .....	42
4.2.4	Uji Normalitas.....	45
4.2.7	Uji Regresi Linear Sederhana .....	46
4.3	Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran .....	55
5.2.1	Saran Akademis .....	55
5.2.2	Saran Praktis .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....		57
LAMPIRAN.....		59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pengikut Brand Kecantikan .....	4
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....	26
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X .....	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	31
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X) .....	32
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y) .....	32
Tabel 4.8 Dimensi Relevant Variabel Content Marketing.....	40
Tabel 4.9 Dimensi Different Variabel Content Marketing .....	41
Tabel 4.10 Dimensi On Brand Variabel Content Marketing .....	42
Tabel 4.11 Dimensi Benevolence Variabel Brand Trust .....	43
Tabel 4.12 Dimensi Competence Variabel Brand Trust .....	44
Tabel 4.13 Dimensi Integrity Variable Brand Trust .....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram @theoriginote.....	3
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Instagram @theoriginote.....	34
Gambar 4.2 Konten Feeds Instagram @theoriginote.....	35
Gambar 4.3 Konten Instagram Stories @theoriginote.....	48
Gambar 4.4 Konten feeds Instagram @theoriginote.....	49
Gambar 4.5 Konten Instagram @theoriginote.....	50
Gambar 4.6 8 Konten Kegunaan Produk The Originote.....	51
Gambar 4.7 Konten highlight stories @theoriginote.....	52
Gambar 4.8 Instagram stories @theoriginote.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin .....	59
Lampiran B. Bukti Penyebaran Kuisisioner .....	60
Lampiran C. Data Responden .....	61
Lampiran D. Konsultasi Form .....	66



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA