

LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin (Wajib Ada)

turnitin revisi 1			
ORIGINALITY REPORT			
22%	20%	12%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	kc.umn.ac.id Internet Source	3%	
2	norhishamariffin2.wordpress.com Internet Source	1%	
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to LSPR Communication & Business Institute Student Paper	1%	
5	www.slideshare.net Internet Source	1%	
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
7	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1%	
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%	
9	Submitted to Binus University International Student Paper	1%	
10	ilomata.org Internet Source	<1%	
11	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%	
12	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1%	

Lampiran B. Konsultasi Form (Wajib Ada)

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR



Semester 12
Nama Mahasiswa : Nikita Camelia
NIM 00000038250
Nama Dosen Pembimbing : Henilia Yulita

Tanggal Konsultasi	Agenda/Pokok Bahasan	Saran Perbaikan	Paraf Dosen Pembimbing
18/9/2025	Bimbingan pertama membahas mengenai topik apa yang akan diangkat		
25/9/2025	Membahas jurnal penelitian terdahulu yang sudah dikumpulkan		
9/10/2025	Membahas bab 1-3		
23/10/2025	Membahas bab 3 tentang responden dan wawancara		
7/11/2025	Membahas indikator pernyataan penelitian		
20/11/2025	Membahas populasi dan sampel responden		
28/11/2025	Membahas hasil responden		
11/12/2025	Membahas bab 4		

Catatan : Form ini wajib dibawa pada saat konsultasi & dilampirkan di dalam skripsi/TA

Tangerang, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Lampiran C. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial

FORMULIR PENGGUNAAN PERANGKAT KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Nama Lengkap : Nikita Camelia
 NIM : 00000038250
 Email : Nikita.camelia@student.umn.ac.id
 Judul : Pengaruh *Sosial Media Marketing Terhadap Brand Awareness Ace Padel Club di Instagram*

No	Nama tool	Alamat web/Url	Prompt	Tanggal Akses	Media Output																					
1.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Carikan jurnal internasional , scopus, dan sinta 3 tentang sosial media marketing, aktivitas sosial media marketing dan brand awareness		<p>Berikut adalah beberapa jurnal ilmiah dari Departemen Ilmu Komunikasi yang terakreditasi SINTA 3 dan membahas topik terkait media sosial dan brand awareness dengan variabel seperti tren, storytelling, interaktivitas, hiburan, influencer, dan e-WOM:</p> <ol style="list-style-type: none">"Integrated Marketing Communication Solo Art Market Untuk Membangun Brand Awareness" Artikel ini membahas strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh Solo Art Market dalam membangun kesadaran merek. Diterbitkan dalam <i>WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi</i>, Volume 23, No. 1, Juni 2024. [Download]"Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness 'Something' pada Pengguna Instagram di JABODETABEK" Penelitian ini menganalisis bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat meningkatkan kesadaran merek produk skincare lokal "Something" di kalangan pengguna di wilayah JABODETABEK. Diterbitkan dalam <i>Jurnal Komunikasi</i>, Vol 13, No. 2, September 2022. [Download]"Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial terhadap Brand Awareness Ombudsman"																					
2.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Carikan buku yang tentang pemasaran media sosial		<p>Berikut beberapa buku dalam format PDF yang membahas pemasaran media sosial dan pengaruhnya terhadap brand awareness:</p> <p>Pemasaran Media Sosial Buku ini membahas berbagai aspek penting dalam pemasaran media sosial, termasuk strategi untuk memperluas segmentasi bisnis. [Download]</p> <p>Strategi Pemasaran Media Sosial Buku ini terdiri dari 17 bab yang mencakup berbagai topik, seperti konsep pemasaran media sosial, segmentasi dan penargetan, serta strategi pemasaran berbasis kecerdasan buatan. [Download]</p> <p>Pemasaran Digital: Strategi dan Taktik Buku ini membahas peran media sosial dalam lanskap pemasaran digital dan interaksi sosial modern, termasuk bagaimana media sosial berfungsi sebagai platform utama untuk membangun dan memperkuat kesadaran. [Download]</p>																					
3.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Beritahu perbedaan kuantitatif deskriptif, eksplanatif dan eksploratif		<p>Untuk penelitian kuantitatif, ada beberapa jenis pendekatan yang sering digunakan, yaitu deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Berikut penjelasannya:</p> <ol style="list-style-type: none">Penelitian Kuantitatif Deskriptif<ul style="list-style-type: none">Bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena atau karakteristik variabel tertentu secara sistematis dan faktual.Tidak mencari hubungan sebab-akibat, tetapi hanya menjelaskan keadaan atau kecenderungan yang ada.Contoh: Meneliti seberapa besar tingkat kesadaran konsumen terhadap brand Fresh Living.Penelitian Kuantitatif Eksplanatif (Causal-Explanatory Research)<ul style="list-style-type: none">Bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel.Biasanya menggunakan teknik analisis statistik seperti regresi atau analisis jalur.Contoh: Meneliti bagaimana e-WOM di TikTok memengaruhi brand awareness Fresh Living.Penelitian Kuantitatif Eksploratif<ul style="list-style-type: none">Berfokus untuk mengeksplorasi lebih dalam fenomena yang masih samar.																					
4.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Buatkan chart distribusi usia, jenis kelamin dan variabel X1.1 dsb...		<table><caption>Distribusi Usia Responden (n = 107)</caption><thead><tr><th>Kelompok Usia</th><th>Jumlah Responden</th><th>Persentase</th></tr></thead><tbody><tr><td>15-19</td><td>3</td><td>3.4%</td></tr><tr><td>20-24</td><td>81</td><td>81.0%</td></tr><tr><td>25-29</td><td>17</td><td>17.0%</td></tr><tr><td>30-39</td><td>8</td><td>8.0%</td></tr><tr><td>40-49</td><td>4</td><td>4.0%</td></tr><tr><td>50+</td><td>2</td><td>2.0%</td></tr></tbody></table>	Kelompok Usia	Jumlah Responden	Persentase	15-19	3	3.4%	20-24	81	81.0%	25-29	17	17.0%	30-39	8	8.0%	40-49	4	4.0%	50+	2	2.0%
Kelompok Usia	Jumlah Responden	Persentase																								
15-19	3	3.4%																								
20-24	81	81.0%																								
25-29	17	17.0%																								
30-39	8	8.0%																								
40-49	4	4.0%																								
50+	2	2.0%																								

5.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Jelaskan gambar spss yang saya kirim menurut data tabel t	<p>Terus t tabel dipakai atau nggak?</p> <p>BOLEH, tapi opsional</p> <p>Di skripsi sekarang lebih dianjurkan pakai Sig.</p> <p>Kalau dosen lu old school dan minta t tabel:</p> <ul style="list-style-type: none"> $n = 107$ $k = 4$ $df = n - k - 1 = 102$ $\alpha = 0,05$ (two-tailed) $t \text{ tabel} \approx 1,983$
6.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Jelasin perbedaan regrasi linear berganda dan sederhana, variabel saya terdapat 4 yaitu trend, enetertainment t dsb.	<p>Rumus yang BENAR untuk penelitian kamu</p> <p>Regresi Linear Berganda</p> $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$ <p>Kalau disesuaikan dengan variabel kamu:</p> $\text{Brand Awareness} = a + b_1(\text{Entertainment}) + b_2(\text{Interaction}) + b_3(\text{Trend})$
7.	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Jelaskan perbedaan probability sampling dan non probability sampling	<p>1. Probability Sampling (Pengambilan Sampel Secara Acak)</p> <p>Semua orang dalam populasi punya kesempatan yang sama untuk dipilih jadi responden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Cocok untuk: Penelitian yang butuh hasil yang bisa digeneralisasi (berlaku untuk semua populasi). Contoh metode: <ul style="list-style-type: none"> Simple random sampling (acak sederhana) Stratified sampling (dibagi per kelompok dulu) Cluster sampling (ambil kelompok tertentu, bukan individu) <p>ibaratnya: Kamu undi nama semua siswa di sekolah, terus pilih secara acak.</p>

Lampiran D. Pernyataan penelitian

Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Brand Awareness Ace Padel di Instagram

Perkenalkan saya Nikita Camelia dari Universitas Multimedia Nusantara Fakultas Ilmu Komunikasi Strategis angkatan 2019. Pada semester ini, saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi sebagai bagian dari syarat kelulusan saya. Penelitian ini berhubungan dengan pengaruh **Sosial Media Marketing** terhadap **Brand Awareness Ace Padel** di Instagram.

Segala bentuk informasi yang diberikan responden akan terjaga dan hanya akan digunakan untuk penelitian. Mohon bantuannya dalam meluangkan waktu untuk mengerjakan kuisioner berikut,
Terima kasih banyak atas partisipasi anda.

Usia *

- ☐ 15-19
- ☐ 20-24
- ☐ 25-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-44
- ☐ 45>

Jenis kelamin *

- ☐ Perempuan
- ☐ Laki-Laki

Entertainment (X1) (Cheung et al,(2020))



Pilih opsi yang paling anda setuju dengan beberapa opsi berikut, berupa :

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

Saya merasa konten @Acepadelclub.id yang saya temukan di media sosial Instagram terlihat sangat menarik



- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa menggunakan media sosial @Acepadelclub.id di Instagram sangatlah menyenangkan



- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa mendapatkan informasi tentang produk @Acepadelclub.id *
melalui sosial media Instagram merupakan hal yang menyenangkan

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa mudah dalam menghabiskan waktu melalui sosial media *
@Acepadelclub.id di Instagram

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa melihat konten sosial media @Acepadelclub.id sangatlah *
menyenangkan.

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Interaction (X2) (Cheung et al (2020))



Pilih opsi yang paling anda setuju dengan beberapa opsi berikut, berupa :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Saya dengan mudah mengekspresikan opini saya melalui sosial media
@Acepadelclub.id di Instagram



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya dengan mudah berdiskusi dengan pengguna produk
@Acepadelclub.id di media sosial Instagram



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa sangat memungkinkan untuk saya melakukan interaksi dua arah melalui Sosial media @Acepadelclub.id di Instagram *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa bisa membagikan informasi dari sosial media @Acepadelclub.id kepada pengguna Instagram lainnya di sosial media. *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya bisa berdiskusi dengan @Acepadelclub.id melalui Instagram *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Trend (X3) (Cheung et al,(2020))



Pilih opsi yang paling anda setuju dengan beberapa opsi berikut, berupa :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Konten yang saya temukan belakangan ini merupakan konten
@Acepadelclub.id di media sosial Instagram



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa konten sosial media @Acepadelclub.id di Instagram
merupakan konten terbaru atau up-to-date



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa pengguna sosial media Instagram
@Acepadelclub.id sangatlah menarik

*

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Electronic Word of Mouth (X4) (Cheung et al,(2020))

×

⋮

Pilih opsi yang paling anda setuju dengan beberapa opsi berikut, berupa :

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

Saya ingin membagikan informasi terkait brand @Acepadelclub.id di
instagram kepada teman saya.

*

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya ingin mengupload kembali konten dari @Acepadelclub.id di sosial media Instagram ke halaman akun pribadi saya. *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya ingin membagikan opini saya terhadap kebaikan brand @Acepadelclub.id yang diperoleh melalui sosial media Instagram kepada teman, kerabat atau keluarga saya. *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa informasi yang saya dapatkan dari akun @Acepadelclub.id di sosial media Instagram sangatlah berguna. *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya merasa konten yang diberikan oleh sosial media @Acepadelclub.id *
di instagram sangatlah dapat dipercaya

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa ulasan yang ada di sosial media instagram
@Acepadelclub.id sangatlah jelas

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa ulasan yang ada di sosial media instagram
@Acepadelclub.id di Instagram sangatlah mudah dimengerti

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Brand awareness (Y) (Cheung et al,(2020))



Pilih opsi yang paling anda setuju dengan beberapa opsi berikut, berupa :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Saya mengetahui produk atau servis yang diberikan oleh
Acepadelclub.id



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya mengetahui sosial media Instagram akun @Acepadelclub.id *

☐ 1

☐ 2

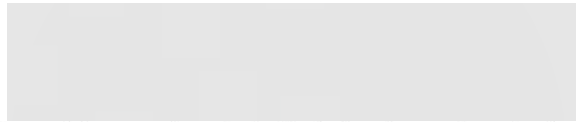
☐ 3

☐ 4

☐ 5

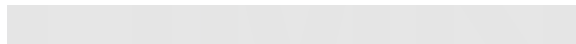
Akun Instagram @Acepadelclub.id memiliki karakteristik sehingga saya *
dengan mudah memikirkan brand tersebut

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5



Saya dengan sangat mudah mengingat simbol atau logo akun Instagram *
@Acepadelclub.id

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5



Saya dengan mudah mengingat akun @Acepadelclub.id di Instagram *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Saya mengetahui Acepadelclub.id satu-satunya brand yang menjual produk atau memberikan servis padel *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Jawaban responden

Saya merasa yakin @Acepadelclub.id yang	Saya merasa menggunakan media sosial @A	Saya merasa mendapatkan informasi terkini	Saya merasa mudah dalam menghubungi m-	Saya merasa melihat konten sosial media @A	Saya dengan mudah menggunakan spin	Saya dengan mudah berdiskusi dengan peng	Saya merasa sangat m-
4	1	2	3	3	3	3	3
5	4	5	4	4	5	5	5
4	3	4	4	3	3	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	5	5
4	3	4	2	3	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	5	1	2	1	1
5	2	3	4	1	1	5	5
5	2	4	3	1	1	3	3
2	1	4	4	1	5	2	2
5	1	3	2	1	1	2	2
5	3	1	1	3	1	2	2
3	1	4	2	1	1	3	3
4	2	1	1	4	4	5	5
5	3	5	2	4	1	2	2
4	5	4	4	5	4	5	5
5	2	3	5	5	4	5	5
4	4	2	5	1	2	3	3
5	5	1	4	2	4	4	4

Lampiran E. Indikator yang dihapus

Saya merasa menggunakan media sosial Instagram sangatlah trendy *

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Saya merasa konten di sosial media @Acepadelclub.id memberikan informasi promo terkini *

☐ 1

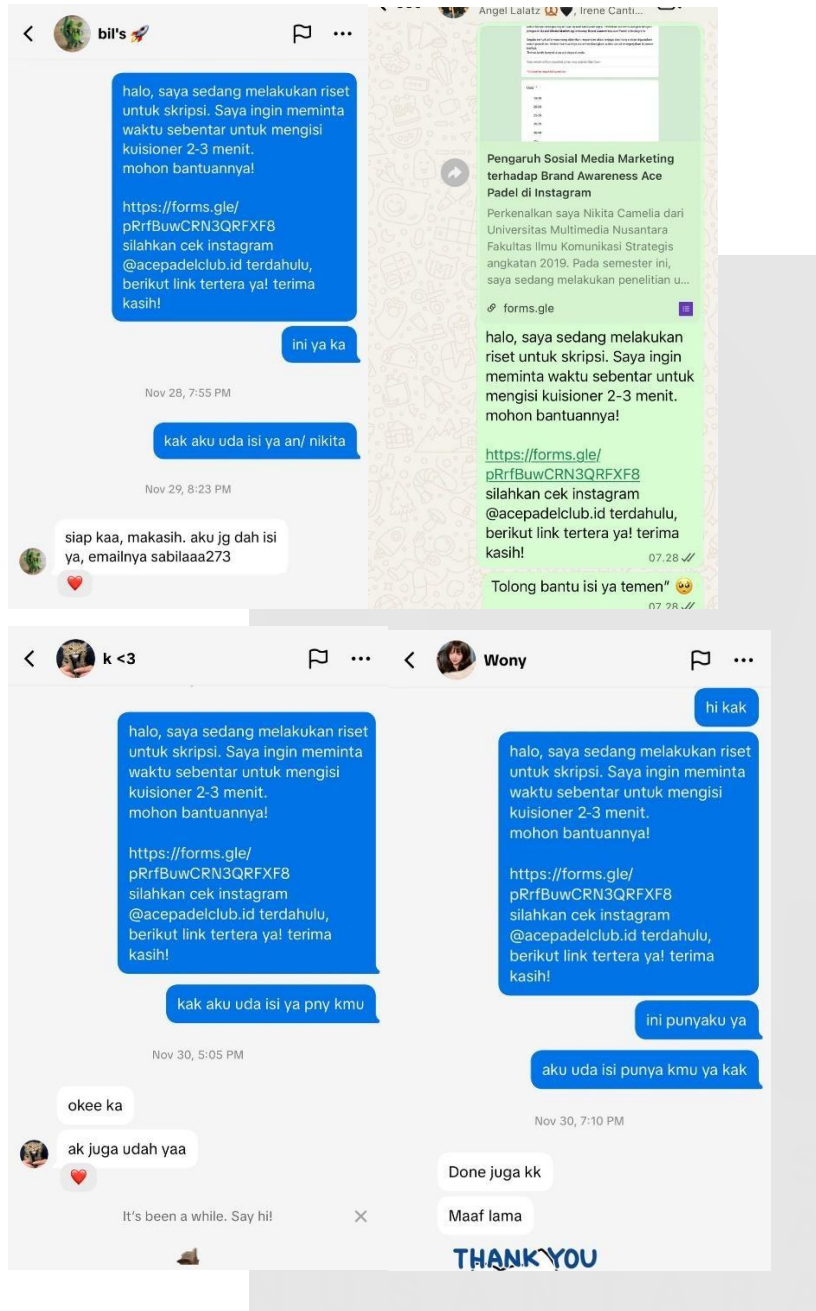
☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Lampiran F. Bukti Penyebaran Kuesioner



Matrix Perbaikan Tugas Akhir

Nama Mahasiswa:	Nikita Camelia
NIM:	00000038250
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Tanggal sidang	12 January 2026
Tanggal batas Revisi (sesuaikan deadline 2 sesuai web academic / merdeka)	23 January 2026
Judul Skripsi	Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Brand Awareness Ace Padel Club di Instagram
Dewan Penguji	1 Theresia LV Lolita 2 Maria Advenita Gita 3 Henilia Yulita

Untuk revisi, harap ikuti petunjuk di bawah ini:

1. Tunjukkan dengan jelas perubahan yang dibuat untuk menanggapi komentar dewan penguji.
2. Masukkan komentar anda untuk masukan dewan penguji saat sidang di kotak yang telah ditentukan.

Pastikan untuk memberikan komentar yang komprehensif terhadap komentar dewan penguji saat mengirimkan versi yang telah direvisi.

NO	Bab/Subbab	Daftar bagian yang telah direvisi	Halaman
1.	<i>Bab 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang - Rumusan masalah - Kegunaan sosial 	Hal. 1-6
2.	<i>Bab 2.2</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Hipotesis teoritis 	Hal 16
3.	<i>Bab 2.4</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kerangka pemikiran 	Hal 20
4.	<i>Bab 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis dan sifat penelitian 	Hal 21-23
5.	<i>Bab 3.4</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Populasi dan sampel 	Hal 21-23
6.	<i>Subbab 3.6.1</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber tabel operasionalisasi 	Hal 24-29
7.	<i>Subbab 3.7.2</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tabel uji validitas & realibilitas 	Hal 24-29

8.	<i>Subbab 4.2.2</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Rumus linear sederhana - Uji asumsi klasik - Uji hipotesis - Uji regresi linear sederhana 	Hal 31-33 Hal 34 Hal 37-40
9.	<i>Bab 4.3</i>	- Pembahasan	
10.	<i>Bab 5.1</i>	- Kesimpulan	
11.		Paragraf jurnal utama	Hal. 68-70 Hal. 71 Hal. 7-10

Tangerang, 22 Januari 2026



Nikita Camelia