

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

**HUBUNGAN TINGKAT RELIGIUSITAS MUSLIM
DENGAN PENERIMAAN PESAN KAMPANYE
TERKAIT KONSEP HALAL PADA MEREK WARDAH**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

DAFFA MARSHANDA

1408520061

PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT

DAN KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Memerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KOMUNIKASI
DIGITAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Hubungan Tingkat Religiusitas Terhadap Penerimaan Pesan Kampanye Terkait Konsep Halal Pada Merek Wardah adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 11 Juli 2024



NIM. 1408520061

LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN TUGAS AKHIR
KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Giraudus Wajid, Ph.D
NIP. 198107382008011016

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, S.IK., M.Si.</u> NIP. 198104042009121004 Ketua Sidang		4 Juli 2024
2.	<u>Dr. Eko Nugroho, M.Si</u> NIDK. 8895090018 Dosen Pembimbing		4 Jul. 2024
3.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli		4 Jul 2024
4.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> NIP. 197709102008122002 Sekretaris Sidang		4 Jul 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul "Hubungan Tingkat Religiusitas Terhadap Penerimaan Pesan Kampanye Terkait Konsep Halal pada Merek Wardah" dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dalam proses penyusunan laporan ini, peneliti menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

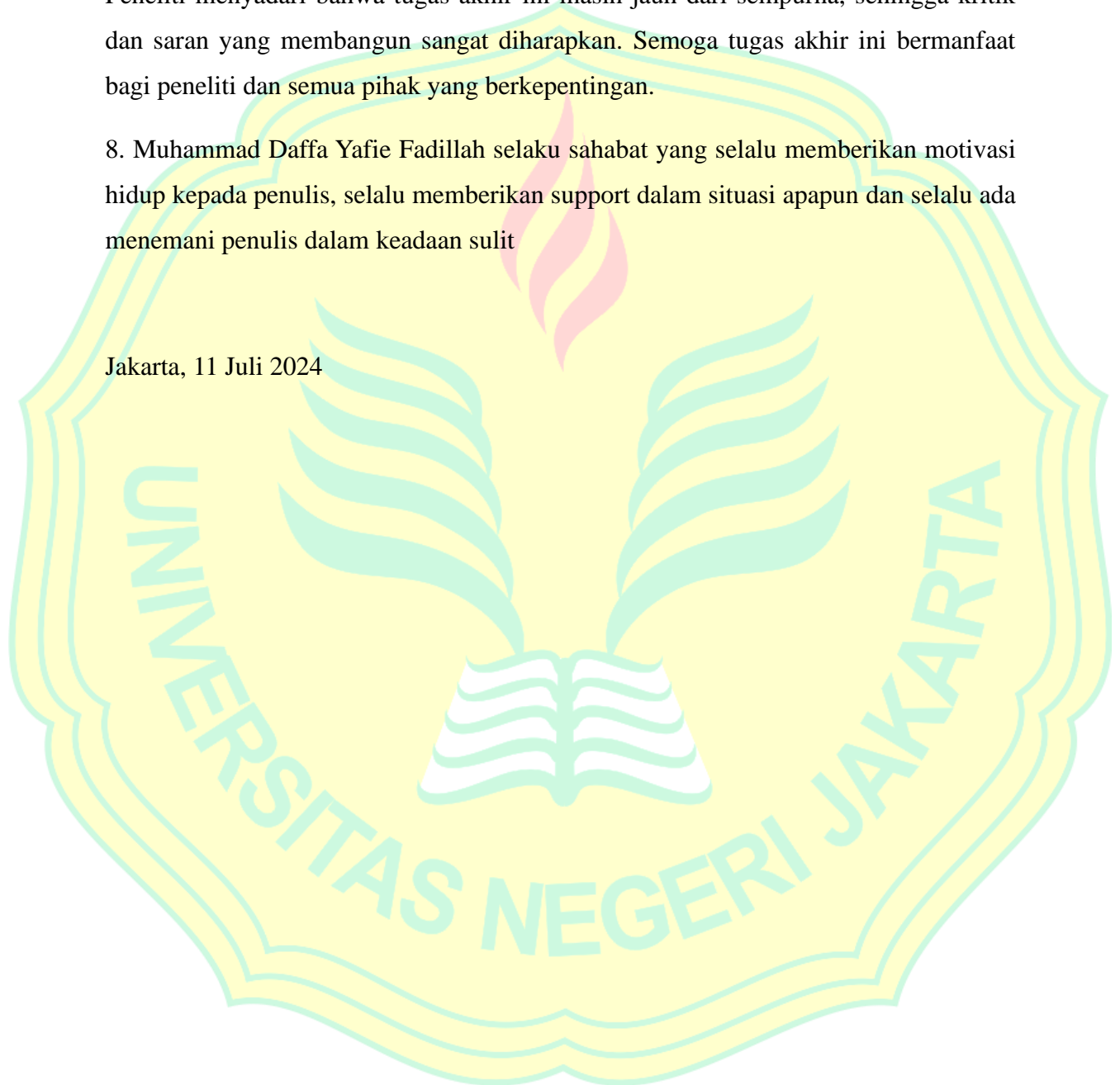
1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
3. Asep Soegiarto, M.Si, selaku Koordinator Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh Dosen Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Eko Nugroho, M.Si, sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dengan baik.
6. Yolanda Siti Hajar, Putri Nabila, Syafira Putri, Dinda Fathia, Sarah Rana, Salwa Maulida, dan Eliza Putri selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi dan saran dalam penyusunan penelitian ini.

7. Orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi peneliti dan semua pihak yang berkepentingan.

8. Muhammad Daffa Yafie Fadillah selaku sahabat yang selalu memberikan motivasi hidup kepada penulis, selalu memberikan support dalam situasi apapun dan selalu ada menemani penulis dalam keadaan sulit

Jakarta, 11 Juli 2024





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Daffa Marshanda
NIM : 1408520061
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/ D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : daffamarshanda@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**HUBUNGAN TINGKAT RELIGIUSITAS MUSLIM DENGAN PENERIMAAN PESAN
KAMPANYE TERKAIT KONSEP HALAL PADA MEREK WARDAH.**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Juli 2024
Penulis

Daffa Marshanda

Daffa Marshanda (1408520061), Hubungan Tingkat Religiusitas Muslim Dengan Penerimaan Pesan Kampanye Terkait Konsep Halal Pada Merek Wardah, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024; 94 halaman; 12 lampiran; 5 buku; 12 Jurnal, 9 Situs.

ABSTRAK

Tingkat religiusitas mencerminkan sejauh mana individu menginternalisasi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung mempertimbangkan nilai agama ketika membuat keputusan penting dalam hidup, termasuk dalam pemilihan produk halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat religiusitas terhadap pesan kampanye halal Wardah, dengan latar sosial budaya yang mendukung nilai-nilai religius sebagai faktor penting dalam memperluas atau mempersempit penerimaan pesan. Berdasarkan teori Social Judgement, individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih menerima pesan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Penelitian ini dilaksanakan dengan sampel penelitian yang berjumlah 95 orang yang dipilih menggunakan teknik sampel purposive. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antara tingkat religiusitas dan penerimaan pesan kampanye. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara tingkat religiusitas dengan penerimaan pesan kampanye Wardah, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,631 pada taraf signifikansi 1%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas memiliki hubungan positif terhadap pemahaman dan sikap konsumen terhadap kampanye halal Wardah. Pesan kampanye yang menekankan kehalalan produk Wardah lebih diterima oleh individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, karena sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai yang mereka pegang. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi strategi pemasaran dan komunikasi merek Wardah, serta relevansi konsep halal dalam industri kosmetik di Indonesia.

Kata kunci: Religiusitas, Halal, Kampanye, *social judgement theory*, *ego involvement*

ABSTRACT

The level of religiosity reflects the extent to which individuals internalize religious values in daily life. Individuals who have a high level of religiosity tend to consider religious values when making important decisions in life, including in the selection of halal products. This study aims to determine the relationship between the level of religiosity towards Wardah's halal campaign messages, with a socio-cultural background that supports religious values as an important factor in expanding or narrowing the acceptance of messages. Based on Social Judgement theory, individuals with a high level of religiosity tend to be more accepting of messages that are in accordance with their religious values. This research was conducted with a research sample of 95 people selected using purposive sampling technique. Data collection in this study used Pearson correlation analysis technique to measure the relationship between religiosity level and campaign message acceptance. Based on the results of the study, it can be concluded that there is a strong and significant relationship between the level of religiosity and the acceptance of Wardah campaign messages, with a correlation coefficient value of 0.631 at a significance level of 1%. The results showed that the level of religiosity has a positive relationship with consumers' understanding and attitude towards Wardah's halal campaign. Campaign messages that emphasize the halalness of Wardah products are more accepted by individuals who have a high level of religiosity, because it is in accordance with their beliefs and values. This research provides important insights for Wardah's marketing and brand communication strategies, as well as the relevance of the halal concept in the cosmetics industry in Indonesia.

Keywords: Religiosity, Halal, Campaign, social judgment theory, ego involvement

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH..	i
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II	11
KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Deskripsi Konseptual.....	11
2.1.1. Definisi Operasional Variabel	19
2.2. Penelitian yang Relevan	22
2.3. Kerangka Pemikiran	30

2.4. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	33
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.3. Objek Penelitian.....	33
3.3.1. Unit Analisis.....	34
3.3.2. Populasi.....	34
3.3.3. Sampel.....	34
3.3.4. Teknik Penarikan Sampel.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	36
3.5. Teknik Analisis Data.....	37
3.6 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
BAB IV.....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Objek.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Distribusi Frekuensi.....	44
4.2.3 Pengujian Normalitas.....	59
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	61
BAB V.....	63

PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	lxix



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional.....	20
Tabel 2. Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	26
Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X.....	39
Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y.....	40
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 6. Karakteristik Responden Penelitian.....	44
Tabel 7. Dimensi Keyakinan.....	45
Tabel 8. Dimensi Praktik Agama.....	47
Tabel 9. Dimensi Pengamalan.....	48
Tabel 10. Dimensi Pengetahuan.....	49
Tabel 11. Rekapitulasi Nilai Mean Pada Setiap Dimensi.....	50
Tabel 12. Dimensi <i>Credibility</i> (Kredibilitas).....	50
Tabel 13. Dimensi <i>Context</i> (Konteks).....	51
Tabel 14. Dimensi <i>Content</i> (Konten).....	52
Tabel 15. Dimensi <i>Clarity</i> (kejelasan).....	54
Tabel 16. Dimensi <i>Continuity</i> (keberlanjutan).....	55
Tabel 17. Dimensi <i>Channel</i> (saluran komunikasi).....	56
Tabel 18. Dimensi <i>Capability of Audience</i> (Kemampuan audiens).....	57
Tabel 19. Rekapitulasi Nilai Mean Pada Setiap Dimensi.....	59
Tabel 20. Uji Normalitas Data.....	59
Tabel 21. Uji Korelasi.....	61
Tabel 22. Pedoman Interpretasi <i>Pearson Correlations</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kampanye konsep halal Wardah Beauty Moves You	5
Gambar 2. Kampanye konsep halal Wardah Teruskan Langkah Baikmu.....	6
Gambar 3.Slogan kampanye pada Instagram Wardah.....	6
Gambar 4. Slogan kampanye pada Instagram Wardah.....	6
Gambar 5. Bagan Kerangka Berpikir	31
Gambar 6. Indikator Skala Likert	36
Gambar 7. Statistik Reliabilitas	42
Gambar 8. Rentang Skala Data Interval	45
Gambar 9. Plot Normalitas Variabel X.....	60
Gambar 10. Plot Normalitas Variabel Y.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	lxix
Lampiran 2. Tabulasi Data	lxxvi
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas SPSS	lxxxvi
Lampiran 4. R-Tabel	lxxxix
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas.....	lxxxix
Lampiran 6. Hasil Uji Korelasi	lxxxix
Lampiran 7. Dokumentasi Bukti Penyebaran Kuesioner	lxxxix
Lampiran 8. Surat Pengantar Untuk Observasi.....	lxxxix
Lampiran 9. Data Mahasiswa Aktif Semester 120.....	lxxxix
Lampiran 10. Formulir Bimbingan	lxxxix
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	lxxxix