

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
HUBUNGAN TERPAAN TAYANGAN KONTEN
JINISO.ID DI SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP
BRAND AWARENESS JINISO

(Survei pada Followers TikTok Jiniso)



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

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

DINDA FATHIA ZAHRA

1408520077

PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN

KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul HUBUNGAN TERPAAN TAYANGAN KONTEN JINISO.ID DI SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP BRAND AWARENESS JINISO 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, 20 Juni 2024


(Dhuurathia Zahra)

1408520077.

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

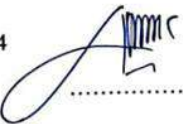
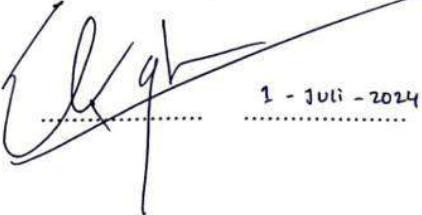


Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wafdi, Ph.D

NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP. 19810404.200912.1.004 Ketua Sidang		2 - Juli - 2024
2.	<u>Dr. Eko Nugroho, M.Si.</u> NIDK. 8895090018 Dosen Pembimbing		1 - Juli - 2024
3.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli		1 - Juli - 2024
4.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si</u> NIP. 19950922.202203.2.020 Sekretaris Sidang		2 Juli 2024

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kita nikmat dan karunianya, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Alhamdulillah atas izin Allah SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Hubungan Terpaan Tayangan Konten @jiniso.id di Media Sosial Tiktok terhadap Brand Awareness Jiniso (Survei pada Followers TikTok Jiniso)**". Sebagai salah satu syarat meraih kelulusan D4 Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

Dengan kerendahan hati saya mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Harapan saya semoga skripsi ini dapat diterima dan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa ilmu Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital.

Saya menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu demi sempurnanya skripsi ini, saya sangat membutuhkan dukungan, dorongan, dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga, terkhusus kedua Orang Tua yaitu ibu Fatimah, dan Alm. Bapak Dede Irawan yang sudah banyak berjuang dalam kehidupan saya dan memberikan dukungan, motivasi, bantuan serta pelajaran hidup kepada saya.
2. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
3. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

4. Asep Soegiarto, M.Si, selaku Koordinator Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Eko Nugroho M.Si selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan Skripsi yang selalu sabar membimbing saya dalam mengerjakan skripsi sampai sekarang ini
6. Seluruh Dosen Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta yang sudah membantu penulis selama berkuliah
8. Eliza, Silfi, Annisa, Salwa, Zahra, Dewita yang sudah memberi support semenjak masa mahasiswa baru sampai tersusunnya skripsi ini
9. Pak Harris, Sarah, Daffa, Gusti, dan teman bimbingan lainnya yang sudah membantu saya untuk menyusun skripsi ini
10. Ersa alifia, Eka, Apriany fazilah, Fadilah rahma, Naufal izzudin yang sudah mendengarkan keluh kesah saya
11. Amel, Thiery, Arifa, Elvia, Nadila, Thera, Novi, Kak Mel, Kak Pipit, Salsa dan seluruh rekan kerja PVN lainnya yang selalu membantu saya untuk melancarkan kegiatan antara kuliah dan kerja
12. Angkatan 2020 Prodi Hubungan masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta
13. Seluruh pihak yang sudah membantu dan tidak mengurangi rasa hormat saya karena tidak disebutkan satu persatu.



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 : Dinda Fathia Zahra
NIM : 1408520077
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/ D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : dindafathia16@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 Terpaan Tayangan Konten Jiniso.id di Sosial Media TikTok Terhadap Brand Awareness Jiniso (Survei pada Followers TikTok Jiniso)

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, 20 Juni 2024
Penulis

Dinda Fathia Zahra

DINDA FATHIA ZAHRA (1408520077), HUBUNGAN TERPAAN TAYANGAN KONTEN JINISO.ID DI SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP BRAND AWARENESS JINISO, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024 ; 105 halaman; 10 lampiran; 16 buku, 12 jurnal, 3 situs.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur hubungan antara terpaan tayangan konten tiktok dengan *brand awareness* Jiniso. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus Organism Respon*).

Penelitian ini mengambil pendekatan Kuantitatif dengan metode survei dan kuesioner sebagai instrument pengambilan datanya. Dalam penelitian ini memiliki populasi sebanyak 2.400.000 dari pengguna aktif media sosial TikTok yang mengikuti akun TikTok @jiniso.id dan disebarkan kepada 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling.

Temuan hasil penelitian ini pada terpaan media dimensi Frekuensi menjawab setuju dengan mean terbesar 4,34 responden menjawab bahwa dalam satu hari mereka menonton lebih dari 2 kali postingan konten @jiniso.id di media sosial TikTok. Pada *Brand Awareness* dimensi *Brand Recognition* Y3 menjawab setuju dengan mean terbesar 4,37 menjawab bahwa responden langsung dapat menyebutkan nama Brand Jiniso setelah melihat logonya, tanpa harus berpikir lama. Terdapat hubungan antara terpaan dengan *brand awareness* Jiniso.

Terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan tayangan konten Jiniso.id di media sosial TikTok dengan *Brand Awareness* yakni, 61% yang artinya media sosial TikTok berhubungan kuat terhadap *brand awareness* Jiniso, sedangkan 39% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Keyword : (terpaan tayangan, tiktok, *brand awareness*)

DINDA FATHIA ZAHRA (1408520077), (The Relationship Between Exposure to @jiniso.id Content on TikTok and Jiniso's Brand Awareness), Final Assignment of Scientific Work, 2024 ; 105 Pages; 10 Attachment ; 16 Books, 12 Journal, 3 Site.

ABSTRACT

The objective of this study is to identify and measure the relationship between exposure to TikTok content and Jiniso's brand awareness. The theory used in this research is the SOR (Stimulus-Organism-Response) theory.

This study adopts a quantitative approach with survey and questionnaire methods as data collection instruments. The population in this research consists of 2,400,000 active TikTok users who follow the @jiniso.id TikTok account, and the sample was taken using non-probability sampling, with 100 respondents participating.

The findings of this study indicate that in the media exposure dimension, the frequency aspect shows the highest mean of 4.34, with respondents agreeing that they watch @jiniso.id content more than twice a day on TikTok. In the brand awareness dimension, the brand recognition aspect shows the highest mean of 4.37, with respondents agreeing that they can immediately recall the Jiniso brand name after seeing its logo without much thought.

There is a relationship between exposure and Jiniso's brand awareness. Specifically, there is a significant relationship between exposure to Jiniso.id content on TikTok and brand awareness, with a correlation of 61%, indicating that TikTok strongly influences Jiniso's brand awareness, while 39% is influenced by other factors not examined in this study

Keyword : (exposure to content, tiktok, brand awareness)

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	1
LEMBAR PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Perumusan Masalah.....	22
1.3 Batasan Masalah.....	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.5.1 Manfaat Akademis	23
1.5.2 Manfaat Praktis	23
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	24
2.1 Deskripsi Konseptual	24
2.1.1 Media Sosial.....	24
2.1.2 Tiktok	25
2.1.3 SOR (Stimulus Organism Respon)	27
2.1.4 Terpaan Media.....	29
2.1.5 Brand Awareness	30
2.2 Penelitian yang Relevan.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Definisi Operasional	40
2.5 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44

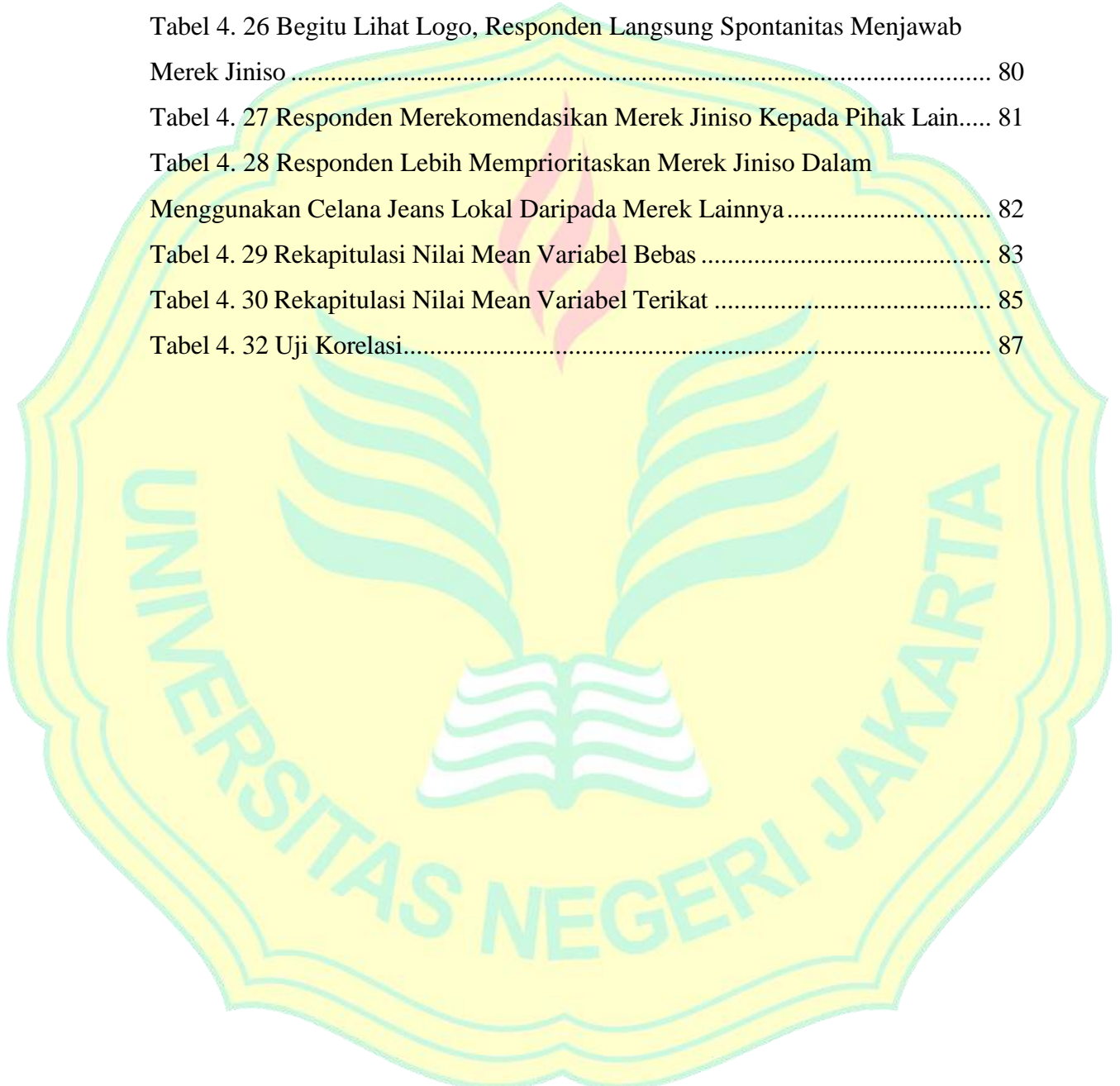
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.3 Objek Penelitian	45
3.3.1 Unit Analisis	45
3.3.2 Populasi	45
3.3.3 Sampel	46
3.3.4 Teknik Penarikan Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan data	47
3.4.1 Kuesioner	48
3.4.2 Skala Pengukuran	48
3.4.3 Studi Pustaka	49
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.5.1 Uji Korelasi	49
3. 6 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.1.1.1 Deskripsi Variabel Bebas (Variabel X)	55
4.1.1.2 Deskripsi Variabel Terikat (Variabel Y)	70
4.1.2 Rekapitulasi Nilai Mean	83
4.1.3 Hasil Uji Korelasi	87
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Pengikut Dengan Kompetitor Sejenis di Aplikasi Tiktok	17
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Relevan	35
Tabel 2. 2 Definisi Operasional	40
Tabel 3. 1 Indikator Skala Likert.....	49
Tabel 3. 2 Pedoman Untuk Mengukur Interpretasi kekuatan dari hasil <i>Pearson Coreelations</i>	50
Tabel 4. 1 Total Dalam Satu Hari Responden Melihat Tayangan Konten Di Jiniso Lebih Dari 20 Detik	55
Tabel 4. 2 Dalam Satu Tayangan Konten Responden Menonton Konten Tersebut Dari Awal Sampai Selesai.....	56
Tabel 4. 3 Responden Lebih Senang Menonton Konten Tiktok @jiniso.id Dengan Durasi Lebih Lama Lebih Dari 10 Detik Dibanding Konten Tiktok Brand Jeans Lokal Lain	57
Tabel 4. 4 Jumlah postingan konten @jiniso.id di media sosial TikTok dalam satu hari sudah cukup banyak	58
Tabel 4. 5 Jumlah Tayangan Total Dalam Satu Minggu Untuk Semua Posting-An Konten @Jiniso.id Di Media Sosial Tiktok Sudah Memenuhi Kebutuhan Konsumen.....	59
Tabel 4. 6 Dalam Satu Hari Responden Menonton Lebih Dari 2 Kali Postingan Konten @jiniso.id Di Media Sosial Tiktok.....	60
Tabel 4. 7 Jumlah Like Atau Reaksi Positif Lainnya Pada Setiap Posting Konten @jiniso.id Di Media Sosial Tiktok Membuat Responden Percaya Pada Kualitas Produk Jiniso	61
Tabel 4. 8 Jumlah Komentar Atau Interaksi Pengguna Pada Setiap Posting Konten @jiniso.id Di Media Sosial Tiktok Membuat Responden Percaya Pada Kualitas Produk Jiniso	62
Tabel 4. 9 Responden Suka Merespon Konten Jiniso Di Media Sosial Tiktok, Baik Itu Memberikan Like, Komentar, Maupun Share.....	63

Tabel 4. 10 Durasi Tayangan Rata-Rata Konten Jiniso Di Media Sosial Tiktok Menarik Perhatian Responden	64
Tabel 4. 11 Jumlah Pengikut Baru Yang Diperoleh Akun Jiniso Setelah Mempublikasikan Konten Di Media Sosial Tiktok Menarik Perhatian Responden	65
Tabel 4. 12 Setelah Menonton Tayangan Konten Jiniso Responden Suka Mengklik URL Yang Dicantumkan Pada Bio Profile Tiktok Jiniso Yang Mengarah Ke Situs Web Atau Halaman Produk Jiniso	66
Tabel 4. 13 Tayangan Konten @jiniso.id Dari Aspek Visual (Design, Tata Letak, Penggunaan Gambar Atau Grafik) Di Media Sosial Tiktok Menarik Perhatian Responden	67
Tabel 4. 14 Tayangan Konten @jiniso.id Dari Aspek Keaslian Atau Orisinalitas Di Media Sosial Tiktok Menarik Perhatian Responden	68
Tabel 4. 15 Tayangan Konten @jiniso.id Dari Sound Yang Digunakan Di Media Sosial Tiktok Menarik Perhatian Responden	69
Tabel 4. 16 Begitu Melihat Logonya, Responden Langsung Menyadari Bahwa Ini Brand Produk Jiniso	70
Tabel 4. 17 Menurut Responden, Dari Lihat Sekilas Logo Saja Sudah Dapat Mengenali Brand Jiniso	71
Tabel 4. 18 Responden Langsung Dapat Menyebutkan Nama Brand Jiniso Setelah Melihat Logonya, Tanpa Harus Berpikir Lama	72
Tabel 4. 19 Responden Sudah Familiar Dengan Brand Jiniso	73
Tabel 4. 20 Ketika Responden Diminta Untuk Menyebutkan Brand-Brand Fashion Jeans Lokal, Responden Langsung Mengingat Nama Brand Jiniso	74
Tabel 4. 21 Ketika Membaca Deskripsi Produk, Responden Dengan Mudah Memunculkan Ingatan Kembali Nama Brand Jiniso	75
Tabel 4. 22 Responden Cepat Memunculkan Ingatan Kembali Merek Jiniso Ketika Melihat Merek Jeans Lokal	76
Tabel 4. 23 Responden Berkeinginan Membeli Jeans Merek Jiniso Setelah Mengingatnya	77

Tabel 4. 24 Begitu Pertama Kali Muncul Tayangan Konten Di Tiktok, Responden Tidak Membutuhkan Waktu Lama Untuk Menyebutkan Nama Merek Jiniso.....	78
Tabel 4. 25 Responden Langsung Secara Spontanitas Menyebut Merek Jiniso Ketika Ditanya Merek Jeans Lokal	79
Tabel 4. 26 Begitu Lihat Logo, Responden Langsung Spontanitas Menjawab Merek Jiniso	80
Tabel 4. 27 Responden Merekomendasikan Merek Jiniso Kepada Pihak Lain.....	81
Tabel 4. 28 Responden Lebih Memprioritaskan Merek Jiniso Dalam Menggunakan Celana Jeans Lokal Daripada Merek Lainnya.....	82
Tabel 4. 29 Rekapitulasi Nilai Mean Variabel Bebas	83
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Nilai Mean Variabel Terikat	85
Tabel 4. 32 Uji Korelasi.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023.....	15
Gambar 1. 2 Profil Akun Tiktok Jiniso.id	18
Gambar 1. 3 Profil Akun Tiktok Luxedlabel.....	18
Gambar 1. 4 Profil Akun Tiktok Vierlinn.....	19
Gambar 1. 5 Profil Akun Tiktok Warpath Official	19
Gambar 1. 6 Profil Akun Tiktok 18TownJeans	20
Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner Variabel X dan Y.....	95
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS	99
Lampiran 3. Tabulasi Data 100 Responden.....	103
Lampiran 4. Output SPSS Distribusi Frekuensi	105
Lampiran 5. R – Tabel.....	113
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	114
Lampiran 7. Hasil Uji Korelasi	115
Lampiran 8. Dokumentasi Bukti Penyebaran Kuesioner	116
Lampiran 9. Formulir Bimbingan.....	117
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	118

