

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
PENGARUH *INFLUENCER* SANTI AYU ARIZKI
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PLN MOBILE
PADA PT. PLN UP3 JATINEGARA



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi
Digital

Oleh :

AZZAHRA AUGUST LOVIANI NUGROHO

NIM : 1408521008

PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Pengaruh *Influencer* Santi Ayu Arizki Terhadap *Brand Awareness* PLN Mobile pada PT PLN UP3 JATINEGARA 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, 17 Juli 2025



Azzahra August Loviani Nugroho

NIM. 1408521008

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



Erdans Wajdi, M.A.Ph.D

NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

NO	NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1.	Ketua Sidang <u>Asep Soegiarto, S.I.K., M.Si</u> NIP. 198104042009121004		25 Juli 2025
2.	Penguji Ahli <u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si</u> NIP. 199002212022032007		25 Juli 2025
3.	Sekretaris <u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022		tgl 24/07 2025
4.	Dosen Pembimbing <u>Indah Fajar Rosalina, M.I.Kom</u> NIP. 199208192024062001		25 Juli 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Influencer* Santi Ayu Arizki Terhadap *Brand Awareness* PLN Mobile pada PT PLN UP3 JATINEGARA” dengan baik dan sesuai pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir Karya Ilmiah adalah salah satu syarat yang ditujukan untuk meraih gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Program Studi D3 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dalam menyelesaikan laporan ini, peneliti menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A Ph. D Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si, sebagai Koordinator Program Studi D3 Hubungan masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Jakarta
4. Indah Fajar Rosalina, sebagai Dosen Pembimbing Pertama Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 122 yang selalu mendukung segala kegiatan peneliti dan membimbing peneliti dengan baik
5. Abdul Kholik, Sebagai Dosen Pembimbing Kedua Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 122 yang selalu mendukung segala kegiatan peneliti dan membimbing peneliti dengan baik.
6. Untuk Kedua Orang Tua peneliti yang selalu support dan selalu mendoakan peneliti dalam mengerjakan Tugas Akhir Karya Ilmiah.

Jakarta, 25 Juli, 2025



Azzahra August L.N

1408521008



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

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Azzahra August Loviani Nugroho
NIM : 1408521008
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : andreadewi04@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

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

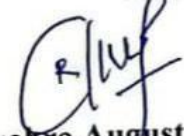
yang berjudul: **“Pengaruh Influencer Santi Ayu Arizki Terhadap Brand Awareness PLN Mobile pada PT PLN UP3 JATINEGARA”**

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 *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

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, 17 Juni 2025
Penulis,


Azzahra August L.N

ABSTRAK

Azzahra August Loviani Nugroho (1408521008), PENGARUH INFLUENCER SANTI AYU ARIZKI TERHADAP BRAND AWARENESS PLN MOBILE PADA PT. PLN UP3 JATINEGARA, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2025 : 105 Halaman: 15 Lampiran: 5 buku: 10 jurnal

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh influencer Santi Ayu Arizki terhadap brand awareness aplikasi PLN Mobile pada PT PLN UP3 Jatinegara. Latar belakang penelitian didasari oleh rendahnya kesadaran masyarakat terhadap aplikasi PLN Mobile meskipun sudah dilakukan promosi melalui media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik purposive sampling kepada pengikut instagram @santiayuarizki.

Variabel independen (X) yaitu pengaruh influencer diukur dengan indikator trustworthiness, attractiveness, dan expertise, sedangkan variabel dependen (Y) yaitu brand awareness diukur dengan indikator recall, recognition, purchase, dan consumption. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara influencer terhadap brand awareness, ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah ambang 0,01. Korelasi Pearson antara kedua variabel mencapai 0,599, yang menandakan adanya hubungan yang cukup kuat. Sebesar 65,9% variasi dalam brand awareness dapat dijelaskan oleh pengaruh yang diberikan oleh influencer. Dimensi expertise memiliki skor tertinggi, menunjukkan keahlian influencer menjadi faktor dominan.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Influencer, Media Sosial, PLN Mobile, Regresi Sederhana*

ABSTRACT

Azzahra August Loviani Nugroho (1408521008), THE INFLUENCE OF INFLUENCER SANTI AYU ARIZKI ON BRAND AWARENESS OF PLN MOBILE AT PT. PLN UP3 JATINEGARA, Final Project Scientific Work, 2025: 105 Pages: 15 Appendices: 5 Books: 10 Journals

This study aims to determine the influence of influencer Santi Ayu Arizki on brand awareness of the PLN Mobile application at PT PLN UP3 Jatinegara. The background of the research is based on the low public awareness of the PLN Mobile application despite promotions being conducted through social media. The research employs a quantitative approach using survey methods and purposive sampling techniques targeting followers of the Instagram account @santiayuarizki.

The independent variabel (X), which is the influence of the influencer, is measured using indicators of trustworthiness, attractiveness, and expertise, while the dependent variabel (Y), brand awareness, is measured using indicators of recall, recognition, purchase, and consumption. Data were analyzed using simple linear regression with the help of SPSS.

The analysis results indicate a significant influence of influencer on brand awareness, as evidenced by a significance value of 0.000, which is below the threshold of 0.01. The Pearson correlation between the two variables reached 0.599, indicating a fairily strong relationship. Approximately 65.9% of the variation in brand awareness can be explained by the influence exerted by the influencer. The dimension of the expertise has the highest score, indicating that the influencer's expertise is a dominant factor.

Keywords: Brand Awareness, Influencer, Social Media, PLN Mobile, Simple Regression

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II.....	11
KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Deskripsi Konseptual	11
2.1.1 Variabel Pengaruh <i>Influencer</i> (X).....	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Influencer</i>	11
2.1.1.2 Pengertian Media Sosial	14
2.1.1.3 Pengertian Media Sosial Instagram	15
2.1.2 Kesadaran Merek (<i>brand awareness</i>) (Y).....	16
2.1.2.1 Pengertian Kesadaran Merek (<i>brand awareness</i>).....	16
2.1.2.2 Elaboration Likelihood Model.....	19
2.2 Penelitian Yang Relevan	19
2.3 Kerangka Berfikir.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	25
3.1.2 Metode Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2.2 Tempat Penelitian	26
3.2.3 Waktu Penelitian.....	26
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	27
3.3.2 Definisi Variabel	27
3.3.3 Operational Variabel	28
3.3.3.1 Influencer	28
3.3.3.2 <i>Brand Awareness</i> PLN Mobile	28
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4.2 Populasi.....	31
3.4.3 Sampel	32
3.4.3 Ukuran Sampel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.2 Analisis Univariate.....	37
3.7.3 Analisis Bivarite.....	37
3.7.3.1 Uji Normalitas	37
3.7.3.2 Uji Linearitas	38
3.7.4 Uji Hipotesis.....	38
3.7.4.1 Uji Pearson Product Moment.....	39
3.7.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	39
3.8 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.2 Validitas	40
3.8.2.1 Hasil Uji Validitas Pengaruh <i>Influencer</i> Santi Ayu (X)	41
3.8.2.2 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> PLN Mobile (Y)	43
3.9 Pengukuran Reliabilitas.....	44
3.9.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengaruh <i>Influencer</i> (X)	45
3.9.3 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> PLN Mobile (Y).....	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Profil Perusahaan	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	48

4.1.3 Akun Instagram PLN UP3 Jatinegara.....	48
4.1.4 Profil <i>Influencer</i> Santi Ayu Arizki	49
4.1.5 PLN Mobile	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Karakteristik Responden	50
4.3.2 Hasil Pernyataan Responden.....	52
4.3.2.1 Hasil Penelitian Pengaruh <i>Influencer</i> (X).....	52
4.3.2.2 Hasil Penelitian Pengaruh Brand Awareness (Y)	56
4.4 Nilai Mean Variabel X dan Y	61
4.4.1 Nilai Mean Per-Dimensi Variabel X	61
4.4.2 Nilai Mean Per-Dimensi Variabel Y	62
4.4.3 Nilai Mean Per-Indikator Variabel X	63
4.4.4 Nilai Mean Per-Indikator Variabel Y	64
4.5 Hasil Uji Normalitas	65
4.6 Hasil Uji Linearitas	66
4.7 Uji Korelasi	66
4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	67
4.9 Hasil Uji Determinasi.....	69
4.10 Hasil Uji Hipotesis	69
4.11 Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB 5.....	74
PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
LAMPIRAN	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xxv

DAFTAR TABEL

2.2 Penelitian	Yang
Relevan.....	19
Tabel 2.I.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel 2.3 Kerangka Berfikir.....	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	27
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.6 Kategori <i>Skala likert</i>	36
Tabel 3.7.3 Kategori Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 3.8.1 Hasil Uji Validitas <i>Influencer</i> (X).....	41
Tabel 3.8.2 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> PLN Mobile (Y)	43
Tabel 3.9 Tingkat Reliabilitas	45
Tabel 3.9.1 Uji Reliabilitas Variabel Pengaruh <i>Influencer</i> (X)	45
Tabel 3.9.2 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> PLN Mobile (Y)	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4 Pernyataan Ke-1” Santi Ayu adalah <i>influencer</i> yang jujur dalam mereview PLN Mobile”	52
Tabel 4.5 Pernyataan Ke-2” Santi Ayu sangat konsisten dalam meningkatkan PLN Mobile”	52
Tabel 4.6 Pernyataan Ke-3” Santi Ayu memiliki daya tarik karakteristik yang kuat dalam menyajikan konten review PLN Mobile yang diupload pada akun instagram pribadinya”	53
Tabel 4.7 Pernyataan Ke-4”Saya merasa Santi Ayu memiliki kesamaan (similarity) dengan diri saya dalam hal gaya hidup”	54
Tabel 4.8 Pernyataan Ke-5”Saya menyukai gaya komunikasi Santi Ayu dalam mereview PLN Mobile”	54
Tabel 4.9 Pernyataan Ke-6”Saya merasa Santi Ayu adalah <i>influencer</i> yang mudah diterima oleh berbagai kalangan”.....	54
Tabel 4.10 Pernyataan Ke-7”Santi Ayu memiliki keahlian dalam mempromosikan PLN Mobile dengan baik”	55

Tabel 4.11 Pernyataan Ke-8”Santi Ayu memiliki pengetahuan tentang PLN Mobile yang dipromosikan	55
Tabel 4.12 Pernyataan Ke-9”Santi Ayu memiliki pengalaman yang relevan dalam kolaborasi dengan <i>brand</i> teknologi seperti PLN Mobile”.....	56
Tabel 4.13 Pernyataan Ke-10”Melalui postingan Instagram Santi Ayu, saya dapat mengetahui PLN Mobile dengan mudah	56
Tabel 4.14 Pernyataan Ke-11”Ketika mendengar nama Santi Ayu, saya langsung teringat dengan PLN Mobile”	57
Tabel 4.15 Pernyataan Ke-12”Saya ingat bahwa Santi Ayu pernah merekomendasikan PLN Mobile sebagai aplikasi yang memudahkan pembayaran listrik”	57
Tabel 4.16 Pernyataan Ke-13”Melalui postingan Instagram Santi Ayu, saya mengetahui PLN Mobile sebagai <i>brand</i> dari PLN yang memudahkan pelanggan”	58
Tabel 4.17 Pernyataan Ke-14”Saya dapat mengenali logo atau tampilan aplikasi PLN Mobile setelah melihat di konten Santi Ayu.....	58
Tabel 4.18 Pernyataan Ke-15”Melalui Santi Ayu, saya jadi ingat PLN Mobile saat membeli token listrik dengan mudah”	59
Tabel 4.19 Pernyataan Ke-16”Setelah Melihat konten Santi Ayu, saya tertarik untuk menggunakan aplikasi PLN Mobile”	59
Tabel 4.20 Pernyataan Ke-17”Dari Santi Ayu, saya dapat mengetahui bahwa PLN Mobile adalah salah satu produk yang memudahkan”	59
Tabel 4.21 Pernyataan Ke-18”Melalui konten Santi Ayu, saya mengetahui PLN Mobile berbeda dengan aplikasi lain”	60
Tabel 4.22 Pernyataan Ke-19”Setelah melihat konten Santi Ayu, saya lebih sering menggunakan aplikasi PLN Mobile untuk pembayaran listrik”	60
Tabel 4.23 Pernyataan Ke-20”Dari konten Santi Ayu membuat saya lebih memahami cara menggunakan PLN Mobile secara optimal”	61
Tabel 4.24 Nilai Mean Per-Dimensi Variabel X.....	61
Tabel 4.25 Nilai Mean Per-Dimensi Variabel Y	62
Tabel 4.26 Nilai Mean Per-Indikator Variabel X.....	63
Tabel 4.27 Mean Per-Indikator Variabel Y	64
Tabel 4.28 Hasil Output Uji Normalitas.....	65

Tabel 4.29 Hasil Output Uji Linearitas	66
Tabel 4.30 Hasil Output Uji Korelasi.....	66
Tabel 4.31 Hasil Output Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients)	67
Tabel 4.32 Output Uji Regresi Linear Sederhana (Correlations).....	68
Tabel 4.33 Output Uji Determinasi (Model Summary).....	69
Tabel 4.34 Output Uji Hipotesis (t).....	69



DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Diagram Media Sosial Instagram	3
1.2 Gambar Aplikasi PLN Mobile	4
1.3 Gambar akun media sosial instagram @santiayuarizki	6
1.4 Gambar Screenshot bukti Followers Instagram @santiayuarizki	7
1.5 Gambar Screenshot komentar positif di akun instagram @SantiAyuArizki	7
2.1 Tipe <i>Influencer</i> pada Media Sosial.....	13
2.2 Gambar Pengguna Media Sosial	15
2.3 Gambar Bagan Peranan <i>Brand Awareness</i>	17
2.4 Gambar Piramida <i>Brand Awareness</i> (Sumber: Aaker, 2011).....	18
Gambar 3.3.1 Jumlah Followers Santi Ayu Arizki.....	32
Gambar 4.1 Profile Perusahaan	47
Gambar 4.2 Akun instagram @pln.jatinegara	48
Gambar 4.3 Akun media sosial instagram @satiayuarizki	49
Gambar 4.4 Logo PLN Mobile.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	xiv
Lampiran 2 Jumlah Pengikut Akun Instagram @pln.jatinegara.....	xvii
Lampiran 3 Bukti Kuesioner.....	xix
Lampiran 4 Distribusi Nilai rtabel Signifikan 10%.....	xx
Lampiran 5 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS Versi 27.....	xxi
Lampiran 6 Formulir Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir.....	xxiv

