

“TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM

@AEROSTREET MENGENAI *BRAND* AEROSTREET”

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Antonius Budianto

NRP.1423019026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**“Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand*
Aerostreet”**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh :

Antonius Budianto

NRP.1423019026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Antonius Budianto

NRP : 1423019026

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Skripsi berjudul :

**“TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM
@AEROSTREET MENGENAI *BRAND* AEROSTREET”**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya dicabut.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis



Antonius Budianto

NRP.1423019026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

"TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM

@AEROSTREET MENGENAI *BRAND* AEROSTREET"

Oleh :

Antonius Budianto

NRP : 1423019026

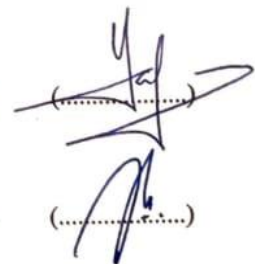
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan kepada dosen penguji skripsi

Pembimbing I : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

Pembimbing II : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



(.....)

(.....)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu
Komunikasi

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi
sebagian dari

persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : 12 Juni 2023

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

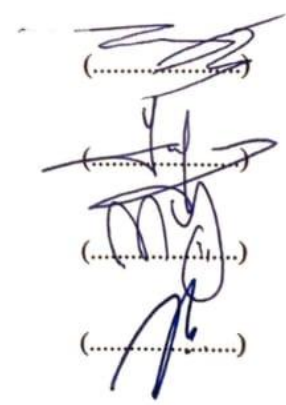
Dekan.



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

- | | | |
|---------------|---|--|
| 1. Ketua | : | Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602 |
| 2. Sekretaris | : | Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401 |
| 3. Anggota | : | Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607 |
| 4. Anggota | : | Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903 |



LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katholik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Antonius Budianto

NRP : 1423019026

Menyetujui skripsi saya dengan judul :

**“Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand*
Aerostreet”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan
Undang - Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



Antonius Budianto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan puji, hormat dan ucapan syukur yang tidak pernah cukup peneliti panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa dan semesta, karena atas rahmat dan izin-Nya semata, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul *TINGKAT PENGETAHUAN FOLLOWERS INSTAGRAM @AEROSTREET MENGENAI BRAND AEROSTREET*. Dan penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait untuk membantu kelancaran pengerjaan diantaranya keluarga, teman, dan para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, terkhusus kepada Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom.selaku dosen pembimbing 1, dan. Brigitta Revia. S.Sos., S.I.Kom., M.Med.Kom selaku pembimbing 2 dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis

Antonius Budianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini yang berjudul Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand* Aerostreet dengan baik.

Dengan terselesaikan pengerjaan skripsi ini, penulis tentunya mendapatkan dukungan dari beberapa pihak yang membantu penyelesaian dan proses kegiatan hingga laporan ini. Penulis berterima kasih banyak kepada:

1. Tjoa Eko Budianto dan Meliana Puspita Chandra sebagai orang tua penulis yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis serta doa agar segera dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.

2. Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing 1 skripsi penulis yang menyemangati penulis dan memberi target agar secepatnya menyelesaikan skripsi.

3. Brigitta Revia S. F, S.I.Kom. selaku dosen pembimbing dari peneliti dan dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang menyemangati penulis dan memberi target agar secepatnya menyelesaikan skripsi.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak pelajaran dalam berbagai mata kuliah yang bisa peneliti tuangkan ke dalam skripsi ini.

5. Berbagai pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga amat membantu dalam skripsi ini.

Permintaan maaf sebesar-besarnya dari penulis atas kesalahan kesalahan yang sengaja atau tidak sengaja dibuat penulis kepada rekan-rekan. Sekali lagi, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada penulis.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	14
I.3 Tujuan Penelitian	14
I.4 Batasan Masalah	14
I.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
II.1 Penelitian Terdahulu	16
II.2 Kerangka Teori	26

II.2.1	Tingkat Pengetahuan	26
II.2.2	<i>Brand</i>	30
II.2.3	<i>Brand Awareness</i>	33
II.2.4	Social Media Marketing.....	35
II.2.5	Media Sosial Instagram.....	41
II.3	Nisbah Antar Konsep	44
II.4	Bagan Kerangka Konseptual	45
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
III.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
III.2	Metode Penelitian	46
III.3	Identifikasi Variabel	46
III.4	Definisi Konseptual	47
III.5	Definisi Operasional	48
III.5.1	Attribute	48
III.5.2	Manfaat	48
III.5.3	Nilai.....	49
III.5.4	Budaya.....	49
III.5.5	Kepribadian	50
III.5.6	Pemakai.....	50
III.6	Populasi dan Sample.....	51
III.6.1	Populasi.....	51
III.6.2	Sample.....	51
III.7	Teknik Penarikan Sample	51
III.8	Teknik Pengumpulan Data.....	52

III.9	Teknik Validitas Dan Reliabilitas.....	53
III.10	Teknik Analisis Data	55
BAB IV		58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
IV.1	Gambaran Subjek Penelitian.....	58
IV.1.1	<i>Followers</i> Instagram @aerostreet	58
IV.1.2	Profil Akun Instagram @aerostreet	60
IV.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
IV.2.1	Uji Validitas	61
IV.2.2	Uji Reliabilitas	63
IV.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
IV.3.1	Identitas Responden	64
IV.3.2	Deskripsi Variabel X (Tingkat Pengetahuan <i>Brand</i>)	68
IV.3.3	Analisis Tabulasi Silang Identitas Dengan Tingkat Pengetahuan <i>Brand</i>	84
BAB V.....		93
PENUTUP.....		93
V.1	Kesimpulan.....	93
V.2	Saran.....	93
V.2.1	Saran Akademis	93
V.2.2	Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA		95
Buku		95
Jurnal.....		97
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel IV. 1 Hasil pengujian validitas Tingkat Pengetahuan Brand	62
Tabel IV. 2 Hasil pengujian Reliabilitas Tingkat Pengetahuan Brand	63
Tabel IV. 3 Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin	64
Tabel IV. 4 Identitas Responden Mengenai Usia	65
Tabel IV. 5 Identitas Responden Mengenai Asal Kota.....	66
Tabel IV. 6 Identitas Responden Mengenai Pekerjaan	67
Tabel IV. 8 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan Brand Berdasarkan Attribut	68
Tabel IV. 9 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan Brand Berdasarkan Manfaat.....	70
Tabel IV. 10 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan Brand Berdasarkan Nilai	73
Tabel IV. 11 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan Brand Berdasarkan Budaya.....	76
Tabel IV. 12 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan Brand Berdasarkan Kepribadian.....	78
Tabel IV. 13 Deskripsi Mengenai Tingkat Pengetahuan <i>Brand</i> Berdasarkan Pemakai.....	80
Tabel IV. 14 Pembagian Kelas Interval Variabel X	83
Tabel IV. 15 Deskripsi Mengenai Hasil Tingkat Pengetahuan Brand.....	83
Tabel IV. 16 Tabulasi Silang Tingkat Pengetahuan Brand Dengan Jenis Kelamin	85
Tabel IV. 17 Tabulasi Silang Tingkat Pengetahuan Brand Dengan Usia.....	87
Tabel IV. 18 Tabulasi Silang Tingkat Pengetahuan Brand Dengan Asal Kota	89
Tabel IV. 19 Tabulasi Silang Tingkat Pengetahuan Brand Dengan Pekerjaan	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Instagram Aerostreet	12
Gambar I. 2 Official Statement dari pihak Subjekt Zero	13
Gambar IV. 1 Akun Instagram @aerostreet.....	58
Gambar IV. 2 Aktivitas Akun Instagram @aerostreet	60

DAFTAR BAGAN

Bagan Konseptual 1	45
---------------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	100
Lampiran 2 : Coding.....	105
Lampiran 3 : Tabel Validitas Indikator Tingkat Pengetahuan Brand	109
Lampiran 4 : Tabel Reliabilitas Tingkat Pengetahuan Brand	122
Lampiran 5 : Hasil SPSS Identitas Responden	122
Lampiran 6 : Hasil SPSS Frekuensi Tingkat Pengetahuan Brand	124
Lampiran 7 : Hasil Mean Responden Kuisisioner Tingkat Pengetahuan Brand	136
Lampiran 8: Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden Dengan Tingkat Pengetahuan Brand.....	137

ABSTRAK

Antonius Budianto. NRP 1423019026. Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand* Aerostreet.

Penelitian ini berfokus pada melihat Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand* Aerostreet. Aerostreet merupakan bisnis yang dimulai oleh Adhitya Caesarico Pada tahun 2015. Pada tanggal 7 Maret 2022, Aerostreet dituding oleh Okiz Velly selaku Brand Manajer dari Subjekt Zero dikarenakan Aerostreet telah melakukan pelanggaran pada Subjekt Zero dimana desain kaos Aerostreet memiliki persamaan persis seperti desain kaos yang dimiliki oleh Subjekt Zero. Peneliti menggunakan jenis penelitian dan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan datanya. Peneliti menggunakan metode survei dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @Aerostreet Mengenai *Brand* Aerostreet dengan membagikan kuisioner ke sejumlah responden sesuai dengan kriteria yang akan diteliti. Setelah melakukan penelitian mengenai tingkat pengetahuan *followers* Instagram @aerostreet mengenai *brand* Aerostreet. Peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa *followers* Instagram @aerostreet rata – rata memiliki tingkat pengetahuan tinggi terhadap setiap indikator tingkat pengetahuan *brand*. Khususnya indikator pemakai yang didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan berusia 17 – 23 tahun yang berasal dari kota Surabaya dan bekerja sebagai pegawai swasta. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan tingkat pengetahuan *followers* Instagram @aerostreet mengenai *brand* Aerostreet.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, *Brand*, Instagram, *Followers*

ABSTRACT

Antonius Budianto. NRP 1423019026. *Knowledge Level of @Aerostreet Instagram Followers Regarding the Aerostreet Brand.*

This research focuses on looking at the Knowledge Level of @Aerostreet Instagram Followers regarding the Aerostreet Brand. Aerostreet is a business started by Adhitya Caesarico in 2015. On March 7 2022, Aerostreet was accused by Okiz Velly as the Brand Manager of Subject Zero because Aerostreet had committed a violation of Subject Zero where the Aerostreet t-shirt design has an exact resemblance to the t-shirt design owned by Subject Zero. The researcher uses a type of research and a descriptive quantitative approach using survey methods and using questionnaires as a data collection tool. The researcher used the survey method with the aim of obtaining information about the Knowledge Level of @Aerostreet Instagram Followers regarding the Aerostreet Brand by distributing questionnaires to a number of respondents according to the criteria to be studied. After conducting research on the level of knowledge of @aerostreet Instagram followers regarding the Aerostreet brand. Researchers can conclude that Instagram @aerostreet followers on average have a high level of knowledge of each indicator of the level of brand knowledge. In particular, the user indicator is dominated by female respondents aged 17-23 years who come from the city of Surabaya and work as private employees. The results in this study indicate the level of knowledge of @aerostreet Instagram followers about the Aerostreet brand.

Keywords: Level of Knowledge, Brand, Instagram, Followers