

**SIKAP *FOLLOWERS* @BASHAMARKET MENGENAI  
EVENT “LIMBO” BASHA MARKET**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Jesica Aquila Tenggono

NRP.1423015117

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2019**

**SKRIPSI**

**SIKAP *FOLLOWERS* @BASHAMARKET MENGENAI  
EVENT “LIMBO” BASHA MARKET**

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



Disusun Oleh:

Jesica Aquila Tenggono

NRP.1423015117

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Jessica Aquila Tenggono

NRP : 1423015117

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**Sikap *Followers* @BashaMarket Mengenai Event “Limbo”  
Basha Market**

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 rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 14 Juni 2019

Penulis



Jessica Aquila Tenggono

NRP. 1423015117

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**SIKAP *FOLLOWERS* @BASHAMARKET MENGENAI  
EVENT “LIMBO” BASHA MARKET**

Oleh:

Jesica Aquila Tenggono

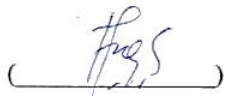
NRP.1423015117

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi untuk diajukan ke tim penguji proposal skripsi

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. 

NIK. 142.09.0647

PembimbingII : Dra. Sri Moerdijati, MS.

NIK. 142.LB.0852 

Surabaya, 21 Mei 2019

## HALAMAN PENGESAHAN



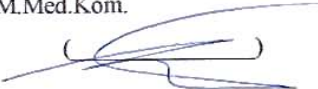
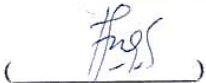
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: 14 Juni 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.  
NIK. 142.10.0659 
2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.  
NIK. 142.09.0647 
3. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.  
NIK. 142.09.0634 
4. Anggota : Dra. Sri Moerdijati, MS.  
NIK. 142.LB.0852 

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Jessica Aquila Tenggono

NRP : 1423015117

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : Sikap *Followers @BashaMarket* Mengenai *Event* “Limbo” Basha Market

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, 14 Juni 2019



Jessica Aquila Tenggono

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Peneliti mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat diberi kesempatan untuk menempuh perkuliahan kurang lebih 4 tahun ini dan menyelesaikan skripsi sebagai akhir dari syarat kelulusan. Kemudian, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak, khususnya keluarga dan orang-orang terdekat yang telah mendukung peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Kemudian peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, karena telah membantu dan mendorong peneliti untuk terus maju dan mampu menyelesaikan skripsi. Semua tulisan ini peneliti dedikasikan untuk semua orang yang telah peneliti sebut dan juga bagi institusi pendidikan sebagai referensi dalam pembuatan karya-karya ilmiah lain.

Surabaya, 14 Juni 2019

Jesica Aquila Tenggono

## KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul sikap *followers* @bashamarket mengenai *event* “Limbo” Basha Market. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berperan serta dalam mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, seperti:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai peneliti dalam menjalankan setiap proses mengerjakan skripsi.
2. Kepada keluarga peneliti, khususnya Papa, Mama, Cece, dan Allelon yang telah memberikan dukungan terbaik untuk peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing I, yaitu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. yang telah membantu, mendampingi, dan memberikan saran-saran terbaik selama proses bimbingan riset, seminar dan skripsi, sehingga peneliti dapat terus termotivasi untuk maju.
4. Kepada Dosen Pembimbing II, yaitu Ibu Dra. Sri Moerdijati, MS. yang telah sabar membantu peneliti dengan segala keterbatasan yang peneliti punya. Terima kasih juga telah memacu peneliti untuk lebih teliti dalam mengerjakan segala sesuatu.
5. Kepada seluruh dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan bantuan kepada peneliti selama berada di keluarga FIKOM WM 2015.



6. Kepada seluruh sahabat-sahabat yaitu, Evelyn dan Viona yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang belum disebutkan di atas. Peneliti berharap agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain dan mohon maaf jika ada kesalahan kata yang tertulis secara tidak sengaja. Terima kasih.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	10
I.3. Tujuan Penelitian.....	10
I.4. Batasan Masalah.....	10
I.5. Manfaat Penelitian.....	10
I.5.1. Manfaat Akademis.....	10
I.5.2. Manfaat Praktis .....	11
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....	12
II.1. Kerangka Teori .....	12
II.1.1. Sikap sebagai Hasil dari Proses Komunikasi .....	13

	II.1.2. Faktor Pembentukan Sikap .....	14
	II.1.3. Media Sosial .....	16
	II.1.4. <i>Event</i> Bazar .....	19
	II.1.5. <i>Spesial Event</i> .....	21
	II.2. Nisbah Antar Konsep .....	23
	II.3. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III	METODE PENELITIAN .....	25
	III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	25
	III.2. Metode .....	25
	III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
	III.4. Definisi Konseptual .....	26
	III.5. Definisi Operasional .....	26
	III.6. Populasi dan Sampel .....	30
	III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	31
	III.7.1. Unit Analisis.....	31
	III.8. Teknik Pengumpulan Data .....	32
	III.9. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
	III.9.1. Uji Validitas .....	32
	III.9.2. Uji Reliabilitas.....	33
	III.10. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
	IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	36
	IV.1.1. <i>Followers</i> Akun Basha Market.....	36
	IV.1.2. Profil <i>Event</i> Limbo Basha Market .....	37
	IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
	IV.2.1. Uji Validitas .....	39
	IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	41

IV.3. Hasil Penelitian.....	41
IV.3.1. Temuan Data .....	41
IV.3.1.1. Identitas Responden.....	42
IV.3.1.1.1 Jenis Kelamin Responden	
.....	42
IV.3.1.1.2 Usia Responden.....	43
IV.3.1.1.3 Tempat Tinggal Responden	
.....	45
IV.3.1.1.4 Pendidikan Responden..	
.....	46
IV.3.1.1.5 Pengeluaran Responden	
.....	47
IV.4. Pembahasan.....	49
IV.4.1. Interval Pengukuran Sikap .....	49
IV.4.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	50
IV.4.2.1. Sikap terhadap Lokasi.....	51
IV.4.2.2. Sikap terhadap Kompetisi .....	56
IV.4.2.3. Sikap terhadap Hiburan .....	60
IV.4.2.4. Sikap terhadap Biaya .....	67
IV.4.2.5. Sikap terhadap Cuaca .....	70
IV.4.3. Sikap <i>Followers</i> @bashamarket mengenai <i>event</i>	
Limbo Basha Market .....	73
IV.4.4. Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Sikap	
.....	74
IV.4.4.1. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan	
Sikap .....	74
IV.4.4.2. Tabulasi Silang Usia dengan Sikap .	76

	IV.4.4.3. Tabulasi Silang Tempat Tinggal dengan Sikap .....	77
	IV.4.4.4. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Sikap .....	79
	IV.4.4.5. Tabulasi Silang Penghasilan dengan Sikap .....	80
BAB V	PENUTUP .....	83
	V.1. Kesimpulan.....	83
	V.2. Saran .....	84
	DAFTAR PUSTAKA.....	86
	LAMPIRAN .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Logo Basha Market.....	5
Gambar IV.1. Laman Instagram “Ittaherl” milik Anita Lundy .....	57
Gambar IV.2. Laman Instagram “Dough Darling” .....	60
Gambar IV.3. Logo “Eatlah” .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1. Interval Pengukuran Sikap.....	30
Tabel IV.1. Uji Validitas Sikap Mengenai <i>Event</i> Limbo Basha Market	42
Tabel IV.2. Uji Reliabilitas.....	43
Tabel IV.3. Jenis Kelamin .....	44
Tabel IV.4. Usia.....	45
Tabel IV.5. Tempat Tinggal .....	46
Tabel IV.6. Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel IV.7. Pengeluaran Setiap Bulan.....	48
Tabel IV.8. Interval Pengukuran Sikap .....	50
Tabel IV.9. Deskripsi Sikap dengan Aspek Lokasi .....	52
Tabel IV.10. Deskripsi Sikap dengan Aspek Kompetisi.....	55
Tabel IV.11. Deskripsi Sikap dengan Aspek Hiburan .....	58
Tabel IV.12. Deskripsi Sikap dengan Aspek Biaya.....	62
Tabel IV.13. Deskripsi Sikap dengan Aspek Cuaca.....	64
Tabel IV.14. Deskripsi Sikap Berdasarkan Lima Indikator .....	66
Tabel IV.15. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Sikap .....	67
Tabel IV.16. Tabulasi Silang Usia dengan Sikap.....	69
Tabel IV.17. Tabulasi Silang Tempat Tinggal dengan Sikap.....	70
Tabel IV.18. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Sikap.....	71
Tabel IV.19. Tabulasi Silang Pengeluaran Setiap Bulan dengan Sikap.	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	89
Lampiran 2: Coding Sikap Responden .....	94
Lampiran 3: Uji Validitas .....	100
Lampiran 4: Uji Reliabilitas .....	107
Lampiran 5: Identitas Responden.....	108
Lampiran 6: Tabel Distribusi Frekuensi .....	111
Lampiran 7: Tabulasi Silang Identitas Responden .....	118



## ABSTRAK

Jesica Aquila Tenggono NRP. 1423015117. *Sikap Followers @BashaMarket Mengenai Event “Limbo” Basha Market*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap *followers* @bashamarket mengenai *event* Limbo Basha Market yang merupakan wadah bagi berbagai produk kreatif lokal menjual ataupun memperkenalkan produk mereka secara kreatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada model komunikasi Lasswell yang didalamnya terdapat proses komunikasi berupa efek dan lebih terfokus pada tahap afektif. Hasil sikap yang diketahui merujuk pada dua jenis, yaitu sikap positif atau sikap negatif. Sikap diukur melalui lima indikator keberhasilan *event*, yaitu lokasi, kompetisi, hiburan, biaya dan cuaca. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Selain itu peneliti menggunakan kuisisioner sebagai metode pengumpulan data dan *purposive sampling* sebagai teknik penarikan sampelnya. Hasil penelitian ini menunjukkan sikap *followers* Basha Market cenderung positif atau menyukai *event* Limbo Basha Market.

Kata Kunci: Sikap, *Event*, *Followers*.

## **ABSTRACT**

Jesica Aquila Tenggono NRP. 1423015117. *Attitude of Followers Basha Market Regarding The “Limbo” Basha Market Event.*

This study aims to reveal how the attitude of @bashamarket followers regarding the Limbo Basha Market event is a forum for various creative local products to sell or introduce their products creatively. The theory used in this study refers to the Lasswell communication model in which there is a communication process in the form of effects and is more focused on the affective stage. The known attitude refers to two types, namely positive attitudes or negative attitudes. Attitudes are measured through five indicators of event success, namely location, competition, entertainment, cost, and weather. This study uses a quantitative approach and descriptive type of research. In addition, researchers used questionnaires as a method of collecting data and purposive sampling as a technique for sampling. The results of this study indicate that Basha Market followers' attitudes tend to be positive or like the Limbo Basha Market event.

**Keywords:** *Attitude, Event, Followers*