

**Tingkat Pengetahuan Followers Instagram Implora Tentang
Pesan Iklan Implora #Approvedbyme di Instagram.**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
Qenny Monenda Priyanti
NRP. 1423017105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

**Tingkat Pengetahuan Followers Instagram Implora Tentang
Pesan Iklan Implora #Approvedbyme di Instagram.**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh :

Qenny Monenda Priyanti

NRP. 1423017105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Qenny Monenda Priyanti

NRP : 1423017105

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM IMPLORA TEN
TANG PESAN IKLAN IMPLORA #APPROVEDBYME DI INSTAGRAM.**

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 plagiasimaka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 25 November 2021

Penulis



Qenny Monenda Priyanti

NRP. 1423017105

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi


**TINGKAT PENGETAHUAN FOLLOWERS INSTAGRAM IMPLORA
TENTANG PESAN IKLAN IMPLORA #APPROVEDBYME DI
INSTAGRAM**

Oleh:

Qenny Monenda Priyanti

NRP. 1423017105

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

Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. ()

NIDN. 0707078607

Pembimbing II : Rys Dedy Aripriastowo, S.Sos., M.Si. ()

NIDN. 0701026702

Surabaya, 20 Desember 2021

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Proposal skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Proposal Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Selasa, tanggal 7 Desember 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri. H, S.Sos., M.I.Kom ()
NIDN. 0725058704
2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. ()
NIDN. 0707078607
3. Anggota 1 : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. ()
NIDN. 0630077303 v
4. Anggota 2 : Rys Dedy Aripastowo, S.Sos., M.Si. ()
NIDN. 0701026702

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Qenny Monenda Priyanti

NRP : 1423017105

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Skripsi,

Judul : TINGKAT PENGETAHUAN FOLLOWERS INSTAGRAM
IMPLORA TENTANG PESAN IKLAN IMPLORA
#APPROVEDBYME DI INSTAGRAM

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, 20 Desember 2021

Yang menyatakan,



Qenny Monenda Priyanti

NRP. 1423017105

KATA PENGANTAR

Terima kasih Tuhan atas segala penyertaan-Mu dalam setiap langkah untuk menggapai tujuan – tujuan hidup penulis, salah satunya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM IMPLORA TENTANG PESAN IKLAN IMPLORA #APPROVEDBYME DI INSTAGRAM** yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini berisikan penelitian terhadap tingkat pengetahuan *followers* Instagram Implora tentang pesan iklan Implora #Approvedbyme di Instagram. Tingkat pengetahuan mengenai pesan yang ingin disampaikan sangatlah penting agar dapat memastikan tercapainya tujuan dalam beriklan, oleh karena itu tingkat dapat mencerminkan keberhasilan dalam tujuan beriklan.

Terselesainya skripsi ini tentunya tak lepas dari semangat dan bantuan orang – orang terkasih. Oleh sebab itu peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Mama & Papa terima kasih telah mendukung dan memotivasi penulis atas kesabarannya dalam menunggu penulis mendapatkan gelar Sarjana. *love you!*
2. Graig Foster, teman hidup peneliti yang banyak memberikan dukungan dan memotivasi peneliti agar cepat menyelesaikan tugas akhir ini. “cepat kerjain skripsimu, agar tidak menghambat banyak hal”. Terima kasih suami atas motivasimu.
3. Elvina, anak peneliti, terima kasih telah menjadi *doping* semangat agar peneliti tidak menyerah. “tunggu sebentar lagi, mama nemenin EI FULL TIME”.
4. Dosen Pembimbing I Bu Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom & Dosen Pembimbing II Pak Rys Dedy Aripriastowo, S.Sos., M.Si. Terima kasih banyak telah membantu dan membimbing peneliti agar tidak salah arah dan tersesat. Terima kasih banyak.

5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Finsensius Yuli Purnama.,S.Sos., M.Med.Kom., Anastasia Yuni Widyaningrum., S.Sos., Maria Yuliasuti., M.Med.Kom., Ign. Rys. Dedy., S.Sos., M.Si., Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si., Theresia Intan., S.Sos dan Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si., atas segala dukungan dan masukan selama peneliti menempuh studi. Terima kasih untuk perjalanan ilmu dan kenangan selama masa kuliah yang telah diberikan. Bangga bisa menjadi anak didik dan dapat bertukar pikiran dengan Beliau- Beliau semuanya, dosen – dosen keren FIKOM.
6. Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Aji Tina, Djati dan Merlin atas segala keramahan dan kesabarannya dalam membantu peneliti selama menempuh studi di Fikom WM.
7. Teman – teman peneliti: Venchy, Ferdio, Agus, Stanley, Roy, Maria, Aulia, Farah, terima kasih telah bersedia direpotkan peneliti dengan banyaknya pertanyaan, terima kasih Stanley dan Agus yang menjaga El agar peneliti dapat melakukan bimbingan dengan nyaman, terima kasih Venchy dan Ferdio terima karena mau mendengarkan keluh kesah peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini, peneliti tanpamu butiran debu.
8. Kak Cinta selaku mentor *modelling* peneliti dan Bu Bintang selaku *Brand Manager Implora Cosmetics* yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan data untuk kepentingan penelitian ini.

Surabaya, 25 November 2021

Qenny Monenda Priyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	I
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	II
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	III
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	IV
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	V
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 LATAR BELAKANG	1
I.2 RUMUSAN MASALAH	9
I.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
I.4 BATASAN MASALAH.....	9
I.5 MANFAAT PENELITIAN	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
II.2 KERANGKA TEORI	14
II.2.1 Proses Komunikasi.....	14
II.2.2 Tingkat Pengetahuan Sebagai Efek Komunikasi	15
II.2.1 Media Sosial Instagram.....	17
II.2.2 Iklan Campaign	18
II.3 NISBAH ANTAR KONSEP.....	21

II.4 BAGAN KERANGKA KONSEPTUAL	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
III.1. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	23
III.2. METODE.....	23
III.3. IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN.....	23
III.4. DEFINISI KONSEPTUAL	23
III.5. DEFINISI OPERASIONAL.....	24
III.6. POPULASI DAN SAMPEL.....	26
III.6.1. Populasi.....	26
III.6.2. Sampel.....	26
III.7. TEKNIK PENARIKAN SAMPEL.....	27
III.8. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	27
III.8.1 Jenis dan Sumber Data	27
III.8.2. Pengumpulan Data	28
III.9. TEKNIK VALIDITAS DAN RELIABILITAS	28
III.9.1. Validitas	28
III.9.2. Reliabilitas	29
III.10. TEKNIK ANALISI DATA	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
IV.1 GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN.....	31
IV.1.1. Gambaran Umum Implora Kosmetik.....	33
IV.1.2. Iklan Implora #Approvedbyme di Instagram.....	34
IV.1.3. Profil Singkat Implora Cosmetics	35
IV.2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	35
IV.2.1. Uji Validitas	35
IV.2.2. Uji Reliabilitas	36
IV.3 HASIL PENELITIAN.....	37
IV.4 PEMBAHASAN	37
IV.4.1 Deskripsi Identitas Responden.....	37
IV.4.2 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Responden.....	38

IV.4.3. Deskripsi Pengetahuan Produk Iklan Implora #Approvedbyme	39
IV.4.4 Diskripsi Pengetahuan Pembelian	45
IV.4.5. Total Skala Interval Variabel	47
IV.4.6. Deskripsi Hasil Variabel Tingkat Pengetahuan <i>Followers</i> Instagram <i>Implora Cosmetics</i>	48
IV.4.7. Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Tingkat Pengetahuan	49
IV.4.8. Tingkat Pengetahuan <i>Followers Instagram</i> Implora tentang Pesan Iklan Implora #Approvedbyme di Instagram	49
BAB V PENUTUP	51
V.1 KESIMPULAN	51
V.2 SARAN	51
V.2.1. Saran Akademis	51
V.2.2. Saran Praktis	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel IV.2.1. Hasil Uji Validitas Kuisisioner Pengetahuan Produk dan Pembelian.	36
Tabel IV.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan Produk dan Pengetahuan Pembelian.	37
Tabel IV.4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel IV.4.3. Deskripsi Responden Mengenai Pengetahuan Produk	39
Tabel IV.4.4. Deskripsi Responden Mengenai Pengetahuan Pembelian	46
Tabel IV.6. Hasil Rata – Rata atau <i>Mean</i> Variabel Tingkat Pengetahuan <i>followers</i> Instagram <i>Implora</i> Tentang Iklan <i>Implora #Approvedbyme</i> di Instagram.....	48
Tabel IV.4.7. Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Iklan Implora #Approvedbyme.....	6
Gambar I.2 Implora mempresentasikan kecantikan eksotis perempuan Indonesia.	7
Gambar I.3 Wardah mempresentasikan Tatjana Saphira sebagai <i>brand ambassador</i> Wardah.	8
Gambar II.1 Teori komunikasi Harold D. Laswell	16
Gambar IV.1 Akun Instagram @Imploracosmetics.....	33
Gambar IV. 2 Konten Instagram @Imploracosmetics.....	33
Gambar IV.3 Ciri – ciri produk atau atribut Iklan #Approvedbyme.....	41
Gambar IV.4 Manfaat produk Iklan #Approvedbyme “Moisturizer & Vitamin E”	42
Gambar IV.5 Manfaat produk Iklan #Approvedbyme “ <i>True Pigmented</i> ”	43
Gambar IV.6 Manfaat produk Iklan #Approvedbyme “ <i>Light</i> ”	44
Gambar IV.7 Manfaat produk Iklan #Approvedbyme “ <i>Breathable</i> ”	44
Gambar IV.8 Manfaat produk Iklan #Approvedbyme “ <i>Breathable</i> ”	45
Gambar IV.4.9 Pengetahuan Pembelian Iklan #Approvedbyme	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Iklan	56
2. Lampiran <i>script</i> wawancara	59
3. Lampiran Kuisisioner	62
3. Lampiran Karakteristik responden.....	65
4. Uji Validitas	65
5. Uji Reliabilitas	66
6. Lampiran Mean	69
7. Lampiran Tabulasi Silang	70

ABSTRAK

Qenny Monenda Priyanti NRP.1423017105. TINGKAT PENGETAHUAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM IMPLORA TENTANG PESAN IKLAN IMPLORA #APPROVEDBYME DI INSTAGRAM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tingkat pengetahuan *followers* Instagram Implora terhadap pesan iklan Implora #Approved byme di Instagram. Indikator tingkat pengetahuan dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk dan pengetahuan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei. Populasi yang digunakan adalah *followers* (pengikut) akun instagram @imploracosmetics. Pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*, dengan kriteria merupakan *followers* Instagram @imploracosmetic. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuisioner dan dianalisis menggunakan distribusi frekuensi, analisis nilai *mean* dan tabulasi silang. Hasil penelitian menjelaskan bahwa tingkat pengetahuan *followers* Instagram Implora tentang pesan iklan #Approvedbyme di Instagram adalah tinggi. Terdapat dua indikator tingkat pengetahuan yaitu pengetahuan produk dan pengetahuan pembelian. Indikator yang mendapatkan nilai rata – rata tertinggi adalah indikator mengenai pengetahuan pembelian dan selanjutnya adalah indikator pengetahuan produk.

Kata kunci: tingkat pengetahuan, Instagram, dan Implora.

ABSTRACT

Qenny Monenda Priyanti NRP.1423017105. KNOWLEDGE LEVEL OF IMPLORA INSTAGRAM FOLLOWERS ABOUT IMPLORA #APPROVEDBYME ADVERTISING MESSAGES ON INSTAGRAM.

This study aims to describe the level of knowledge of Implora Instagram followers on Implora #Approvedbyme advertising messages on Instagram. The indicators of the level of knowledge in this study are product knowledge and purchasing knowledge. This type of research is descriptive study using a quantitative approach and using a survey method. The population used is the followers of @imploracosmetics Instagram account. Sampling was carried out by simple random sampling, with the criteria of being Instagram followers @imploracosmetic. The Research data collected using a questionnaire and analyzed using frequency distribution, analysis of mean value and cross tabulation. The results of the study explain that the level of knowledge of Implora's Instagram followers about the #Approvedbyme advertising message on Instagram is high. There are two indicators of the level of knowledge, that is product knowledge and purchasing knowledge. The indicator that gets the highest average value is an indicator of purchasing knowledge and the next is an indicator of product knowledge.

Keywords: *level of knowledge*, Instagram, and Implora