

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN KONTEN INSTAGRAM  
@SEPATUCOMPASS TERHADAP CITRA MEREK SEPATU COMPASS**

**(Studi Eksplanatif terhadap *Followers* Instagram Sepatu Compass)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**MIKHA AZARYA**

**180906500**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN KONTEN INSTAGRAM  
@SEPATUCOMPASS TERHADAP CITRA MEREK SEPATU COMPASS**

**(Studi Eksplanatif terhadap *Followers* Instagram Sepatu Compass)**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



disusun oleh :

**MIKHA AZARYA**

180906500

disetujui oleh :

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom**

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS TERPAAN KONTEN  
@SEPATUCOMPASS TERHADAP CITRA MEREK SEPATU COMPASS  
(Studi Eksplanatif terhadap *Followers* Instagram Sepatu Compass)

Penyusun : MIKHA AZARYA  
NPM : 180906500

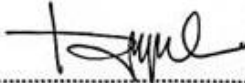
Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada  
Hari / Tanggal : Rabu, 14 Desember 2022  
Pukul : 13.00  
Tempat : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih**  
Penguji Utama

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.L.Kom**  
Penguji I

**Ike Devi Sulistyanyngtyas, M.Si**  
Penguji II

  
.....  
**Ranggabumi Nuswantoro, MA**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mikha Azarya

NPM : 180906500

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS TERPAAN KONTEN INSTAGRAM  
@SEPATUCOMPASS TERHADAP CITRA MEREK SEPATU COMPASS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 7 Desember 2022

Saya yang menyatakan,



Mikha Azarya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang telah memberikan segala kasih, kemudahan, dan karunianya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Terpaan Konten Instagram @sepatucompass terhadap Citra Merek Sepatu Compass” dapat terselesaikan tanpa kurang suatu apapun. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Selesaiannya skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena atas kasih karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini sampai akhir dan memperoleh gelar sarjana.
2. Papa dan mama yang tidak pernah berhenti dalam memberikan dukungan, doa, semangat, dan segala usaha supaya anak bungsunya ini dapat menyelesaikan gelar sarjananya.
3. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang memberikan berbagai masukan dan pandangan dalam proses penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Cici dan Kokoku, Thea, Yosua, Vyns, Adit, yang selalu nanya “*Jadinya wisuda kapan? mau bikin baju ni*”, akhirnya adikmu ini jadi wisuda.
5. Vania Elizabeth Wahyuni, sebagai pendamping yang nggak pernah lelah buat mendoakan dan mendukung, mengingatkan untuk terus mengerjakan

skripsi, menemani proses lembur skripsi, dan bersedia memberi telinga untuk mengeluh.

6. Teman-teman Himpunan “Selir Mikha”: Syalum, Gevin, Rara, Valen, Tifani, Nesa, yang selalu membantu berdiskusi dan mengeluhkan proses ini bareng-bareng sampai akhirnya satu-persatu berhasil mencapai gelar sarjananya.
7. Teman sejawat yang sama-sama berproses skripsi: Rufus, Monic, Nico, Hipis, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, semoga perjuangan panjang penulisan skripsi ini menjadi kesan yang tidak akan dilupakan.
8. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah melawan rasa malas, pesimis, dan segala perasaan negatif yang muncul dalam proses penulisan skripsi ini. Pada akhirnya, diri ini berhasil sampai pada satu pencapaian hidup lagi. Selamat naik level, terima kasih sudah berjuang!

MIKHA AZARYA

180906500

**PENGARUH INTENSITAS TERPAAN KONTEN INSTAGRAM  
@SEPATUCOMPASS TERHADAP CITRA MEREK SEPATU COMPASS**

**ABSTRAK**

Masa pandemi Covid-19 memberikan pengaruh bagi berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi di Indonesia. Namun, terdapat salah satu fenomena yang muncul pada masa pandemi covid-19, dimana berbagai merek lokal di Indonesia di bidang *fashion* khususnya sepatu, justru bertumbuh pesat. Salah satu merek yang tetap memiliki banyak peminat adalah Sepatu Compass. Tahun 2019 merupakan awal mula Sepatu Compass menggunakan instagram untuk mengenalkan produknya. Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari adanya intensitas terpaan konten instagram @Sepatucompass terhadap citra merek Sepatu Compass.

Teori utama yang digunakan untuk menganalisis topik yang diangkat adalah teori *Stimulus- Organism-Response (S-O-R)*. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif eksplanatif, dengan melibatkan 100 orang responden yang merupakan pengikut akun instagram @sepatucompass. Proses penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin. Untuk menjawab rumusan masalah, dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $r$  adalah sebesar 0,537 serta nilai  $R$  square 0,288. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara Intensitas Terpaan Konten Instagram @Sepatucompass Terhadap Citra Merek Sepatu Compass termasuk dalam kategori cukup. Adapun pengaruh dari Intensitas Terpaan Konten terhadap Citra Merek adalah sebesar 28,8%. Nilai regresi variabel Terpaan Konten Instagram @sepatucompass ( $X$ ) menunjukkan angka sebesar 0,487 yang artinya, jika Terpaan Konten Instagram @sepatucompass mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Citra Merek Sepatu Compass ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,487 satuan.

**Kata Kunci: Terpaan Konten, Citra Merek, Sepatu Compass**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
a. Manfaat Praktis.....	7
b. Manfaat Akademis .....	7
1.5. Kerangka Teori .....	7
a. Teori S-O-R.....	8
b. Terpaan.....	10
c. Citra Merek.....	12
1.6. Kerangka Konsep.....	16
a. Terpaan Konten .....	17
b. Citra Merek.....	18
c. Instagram .....	19
d. Definisi Operasional.....	23
1.7. Metodologi Penelitian .....	27
1. Jenis Penelitian .....	27
2. Metode Penelitian.....	28
3. Populasi dan Sampel .....	29
4. Pengukuran Data .....	31
5. Analisis Data .....	34



BAB II Deskripsi Objek Penelitian.....	36
2.1. Deskripsi Brand Sepatu Compass .....	36
a. Profil Sepatu Compass .....	36
b. Akun instagram resmi Sepatu Compass .....	37
BAB III Temuan data dan Pembahasan.....	41
3.1. Hasil Temuan Data .....	41
a. Deskripsi Statistik.....	41
b. Terpaan Konten Instagram @sepatucompass .....	43
a. Citra Merek Brand Sepatu Compass .....	61
d. Tabulasi Silang .....	74
e. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	78
3.2. Pembahasan.....	82
BAB IV Kesimpulan dan Saran .....	86
4.1. Kesimpulan .....	86
4.2. Saran .....	88
a. Akademis.....	88
b. Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA: .....	90
LAMPIRAN.....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi operasional .....	23
Tabel 1. 2 Uji validitas variabel terpaan konten .....	31
Tabel 1. 3 Uji validitas variabel citra merek .....	32
Tabel 1. 4 Uji reliabilitas variabel terpaan konten dan citra merek .....	33
Tabel 1. 5 Pedoman interpretasi korelasi .....	35
Tabel 3. 1 Jenis kelamin responden .....	41
Tabel 3. 2 Segmentasi usia responden .....	42
Tabel 3. 3 Kategorisasi nilai .....	43
Tabel 3. 4 Frekuensi melihat instagram <i>story</i> .....	44
Tabel 3. 5 Frekuensi melihat instagram <i>feeds</i> .....	45
Tabel 3. 6 Frekuensi melihat IG TV .....	46
Tabel 3. 7 Frekuensi melihat instagram <i>reels</i> .....	47
Tabel 3. 8 Durasi melihat instagram <i>story</i> .....	48
Tabel 3. 9 Durasi melihat instagram <i>feeds</i> .....	49
Tabel 3. 10 Durasi melihat IG TV .....	50
Tabel 3. 11 Durasi melihat instagram <i>reels</i> .....	51
Tabel 3. 12 Memperhatikan instagram <i>story</i> .....	52
Tabel 3. 13 Memperhatikan instagram <i>feeds</i> .....	53
Tabel 3. 14 Memperhatikan IG TV .....	54
Tabel 3. 15 Memperhatikan instagram <i>reels</i> .....	55
Tabel 3. 16 Total rata-rata jawaban responden variabel terpaan konten.....	56
Tabel 3. 17 Mengenali logo Sepatu Compass.....	61
Tabel 3. 18 Mengingat slogan <i>campaign</i> Sepatu Compass .....	63
Tabel 3. 19 Membedakan bentuk pemasaran Sepatu Compass .....	64
Tabel 3. 20 Kesesuaian produk Sepatu Compass dengan anak muda.....	65
Tabel 3. 21 Warna produk Sepatu Compass berbeda dengan produk lain serupa	66
Tabel 3. 22 Fleksibilitas penggunaan produk Sepatu Compass.....	67
Tabel 3. 23 Kesesuaian harga dengan produk Sepatu Compass .....	68
Tabel 3. 24 Lebih percaya diri saat menggunakan produk Sepatu Compass.....	70
Tabel 3. 25 Total rata-rata jawaban responden variabel citra merek .....	71
Tabel 3. 26 Tabulasi silang jenis kelamin dengan terpaan konten instagram.....	74
Tabel 3. 27 Tabulasi silang jenis kelamin dengan citra merek .....	75
Tabel 3. 28 Tabulasi silang usia dengan terpaan konten instagram.....	76
Tabel 3. 29 Tabulasi silang usia dengan citra merek .....	77
Tabel 3. 30 Pedoman interpretasi korelasi .....	78
Tabel 3. 31 Hasil uji regresi linier pada variabel terpaan konten.....	79
Tabel 3. 32 Hasil uji koefisien regresi linier pada variabel terpaan konten.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Teori S-O-R.....	8
Gambar 2. 1 Logo Sepatu Compass.....	37
Gambar 2. 2 Instagram Story Sepatu Compass.....	38
Gambar 2. 3 Feeds Instagram Sepatu Compass.....	39
Gambar 2. 4 Reels Instagram Sepatu Compass.....	39
Gambar 2. 5 IG TV Sepatu Compass.....	40

