

**PENGARUH TERPAAN IKLAN TOSTOS VERSI NCT DREAM
DI INSTAGRAM DAN SIKAP FOLLOWERS AKUN
INSTAGRAM TOSTOS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**



SKRIPSI

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

Aretha Elizabeth Kinayang Sitorus

180906667/KOM

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Terpaan Iklan TosTos Versi NCT DREAM di Instagram Dan Sikap Followers Akun Instagram TosTos Terhadap Keputusan Pembelian

SKRIPSI

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

disusun oleh :

Aretha Elizabeth Kinayang Sitorus

180906667/KOM

disetujui oleh :



Dr. phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2024

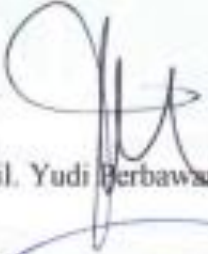
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan TosTos Versi NCT DREAM di Instagram Dan Sikap Followers Akun Instagram TosTos Terhadap Keputusan Pembelian
Penyusun : Aretha Elizabeth Kinayang Sitorus
NPM : 180906667

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Jumat, 30 Agustus 2024
Pukul : 13.00 WIB
Tempat : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Penguji Utama



Dr. phil. Yudi Berbawangsih, M.Si.

Penguji I



Dr. phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.

Penguji II



Brahma Putra Pratama, S.S., M.Si.



Irene Santika Widiadari, S.I.Kom., MA
Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aretha Elizabeth Kinayang Sitorus

Nomor Pokok Mahasiswa : 180906667

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Terpaan Iklan TosTos Versi NCT DREAM
di Instagram Dan Sikap Followers Akun Instagram
TosTos Terhadap Keputusan Pembelian

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.

Surakarta, 19 September 2024

Saya yang menyatakan,



Aretha Elizabeth Kinayang Sitorus

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk waktu, tenaga, dan usaha saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melancarkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sebagai bentuk dari tugas akhir. Tanpa pertolongan-Nya tentu peneliti tidak sanggup untuk menyelesaikan penelitian ini sebagai kewajiban syarat kelulusan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selain itu, peneliti juga ingin berterima kasih kepada banyak pihak yang turut berperan dalam penelitian ini. Peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik karena adanya doa, dorongan semangat, dan bantuan dari beberapa pihak. Melalui ini, peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Yang Maha Esa karena peneliti dapat melewati suka dan duka selama menyelesaikan penelitian ini.
2. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dari awal peneliti memasuki Universitas Atma Jaya Yogyakarta sampai dengan ketika peneliti menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A. yang telah membimbing peneliti selama proses menyelesaikan penelitian ini.
4. Teman-teman peneliti yang selalu membantu dan menemani peneliti selama menjalani perkuliahan sampai dengan menyelesaikannya.

5. *Followers* Akun Instagram TosTos dan pihak lainnya yang juga berperan dalam penelitian ini, tapi tidak dapat peneliti sebutkan secara satu per satu.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih atas perhatian yang diberikan pada penelitian ini. Peneliti memohon maaf apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pembacanya.

Surakarta, 18 Agustus 2024

Penulis,



Aretha Elizabeth K Sitorus

ARETHA ELIZABETH KINAYANG SITORUS

NPM: 180906667/KOM

Pengaruh Terpaan Iklan TosTos Versi NCT DREAM di Instagram Dan Sikap Followers Akun Instagram TosTos Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang terpengaruh oleh fenomena *korean wave* atau K-Pop. Fenomena K-Pop ini kemudian memengaruhi berbagai macam aspek, seperti industri makanan. Tingginya permintaan makanan, khususnya makanan ringan membuat produsen makanan berlomba-lomba untuk meningkatkan produk makanannya, seperti PT. Dua Kelinci. Salah satu produk PT. Dua Kelinci adalah TosTos Tortilla Chips yang baru muncul pada September 2022. Sebagai cemilan yang terbilang baru, TosTos tortilla chips mengambil peluang dengan memanfaatkan fenomena K-Pop yang sedang ramai di Indonesia. Dalam hal ini, TosTos bekerja sama dengan NCT DREAM, sebuah *boygroup* asal Korea Selatan. Kerja sama TosTos dan NCT DREAM menuai antusiasme diantara masyarakat. Kolaborasi keduanya ini dipublikasikan di berbagai media, salah satunya media sosial Instagram TosTos. Ketika kolaborasi ini di publikasikan di Instagram TosTos, terdapat perubahan drastis yang terjadi pada Instagram TosTos. Akun Instagram TosTos tersebut mengalami peningkatan jumlah tayangan, jumlah *like*, dan jumlah komentar. Melihat fenomena ini, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM di Instagram dan sikap *followers* akun Instagram TosTos terhadap keputusan pembelian dilihat melalui teori model AISAS.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode pengumpulan dari melalui survei kuesioner (Google Form) yang disebarakan melalui *direct message* Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM di Instagram dan sikap *followers* akun Instagram TosTos terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan uji korelasi dengan nilai 0,358 yang artinya adanya hubungan antara variabel terpaan iklan terhadap sikap dan nilai 0,758 yang artinya adanya hubungan yang kuat antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian serta uji regresi menunjukkan keputusan pembelian = $0,623 + 0,019 \text{ terpaan iklan} + 0,867 \text{ sikap}$ yang berarti apabila terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM meningkat, maka meningkat pula sikap dan keputusan pembelian *followers*. Penelitian ini pun menunjukkan bahwa *followers* akun Instagram TosTos ketika tertera iklan TosTos versi NCT DREAM tergerak sikapnya yang kemudian menimbulkan pembelian terhadap produk TosTos sesuai dengan teori dalam model AISAS. **Kata Kunci:** *Terpaan Iklan, Model AISAS, Sikap, Keputusan Pembelian.*

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERSEMBAHAN</u>	i
<u>KATA PENGANTAR</u>	iii
<u>DAFTAR ISI</u>	vi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	viii
<u>DAFTAR TABEL</u>	ix
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xii
<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
A. <u>Latar Belakang</u>	15
B. <u>Rumusan Masalah</u>	15
C. <u>Tujuan Penelitian</u>	15
D. <u>Manfaat Penelitian</u>	15
E. <u>Kerangka Teori</u>	16
F. <u>Kerangka Konsep</u>	46
G. <u>Hipotesis</u>	49

<u>H. Metodologi</u>	50
<u>I. Definisi Operasional</u>	60
<u>BAB II</u>	64
<u>DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN</u>	64
<u>BAB III</u>	68
<u>PEMBAHASAN</u>	68
<u>A. Deskripsi Data</u>	68
<u>1. Deskripsi Demografi Responden</u>	68
<u>2. Deskripsi Jawaban Responden</u>	70
<u>B. Hasil Analisis</u>	79
<u>C. Pembahasan</u>	97
<u>BAB IV</u>	103
<u>PENUTUP</u>	103
<u>A. Kesimpulan</u>	103
<u>B. Saran</u>	103
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	103
<u>LAMPIRAN</u>	112

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Website Katadata (https://katadata.co.id/merek-lokal)</u>	4
<u>Gambar 1. 2 Media Sosial Instagram TosTos (@tostosid)</u>	3
<u>Gambar 1. 3 Salah satu unggahan di Instagram TosTos (@tostosid)</u>	5
<u>Gambar 1. 4 Unggahan Feeds Instagram TosTos (@tostosid)</u>	8
<u>Gambar 1. 5 Unggahan di Media Sosial Instagram TosTos (@tostosid)</u>	9
<u>Gambar 1. 6 Media Sosial Instagram TosTos (@tostosid)</u>	10
<u>Gambar 1. 7 Model Micromodel Komunikasi</u>	21
<u>Gambar 1. 8 Model AISAS</u>	42
<u>Gambar 1. 9 Perbandingan Model AIDA, AIDMA, AISAS</u>	46
<u>Gambar 2. 1 Instagram TosTos (@tostosid)</u>	64
<u>Gambar 2. 2 Produk TosTos</u>	64
<u>Gambar 2. 3 TosTos x NCT DREAM</u>	65
<u>Gambar 2. 4 Photocard TosTos x NCT DREAM</u>	66
<u>Gambar 2. 5 Media Sosial Instagram TosTos (@tostosid)</u>	66

<u>Gambar 3. 1 Hasil Uji Normalitas</u>	84
<u>Gambar 3. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas</u>	86

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1. 1 Tingkat Keandalan Nilai Cronbach's Alpha</u>	58
<u>Tabel 1. 2 Operasionalisasi variabel terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM di Instagram (X1)</u>	61
<u>Tabel 1. 3 Operasionalisasi variabel sikap</u>	62
<u>Tabel 1. 4 Operasionalisasi variabel keputusan pembelian</u>	62
<u>Tabel 3. 1 Demografi jenis kelamin responden</u>	73
<u>Tabel 3. 2 Demografi umur responden</u>	74
<u>Tabel 3. 3 Demografi pendidikan responden</u>	74
<u>Tabel 3. 4 Demografi pekerjaan responden</u>	75
<u>Tabel 3. 5 Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM di Instagram (X1)</u>	76
<u>Tabel 3. 6 Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel sikap</u>	79
<u>Tabel 3. 7 Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel keputusan pembelian</u>	79
<u>Tabel 3. 8 Hasil uji validitas variabel terpaan iklan TosTos versi NCT DREAM di Instagram (X1)</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Variabel keputusan pembelian</u>	Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 11 Hasil Uji reliabilitas variabel terpaan iklan, sikap, dan keputusan pembelian**Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 3. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 13 Hasil uji autokorelasi 94

Tabel 3. 14 Hasil uji korelasi 94

Tabel 3. 15 Derajat Hubungan Pearson Correlation 94

Tabel 3. 16 Hasil Uji koefisien regresi.**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Hasil Uji t terpaan iklan terhadap Sikap.**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 Tabel R dan R-Squared.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Hasil Uji t Sikap terhadap keputusan pembelian**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 20 Tabel R dan R-Squared.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 21 Hasil Uji F.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Tabel R dan R-Squared.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</u>	118
<u>Lampiran 2 Output SPSS Uji Validitas</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 3 Output Uji Reliabilitas</u>	127
<u>Lampiran 4 Output Uji Linearitas</u>	129
<u>Lampiran 5 Output Uji Korelasi dan Uji Regresi</u>	132