

**PENGARUH DAYA TARIK KONTEN *FINAL TRAILER* FILM  
*AGAK LAEN (2024)* MELALUI INSTAGRAM  
**@PILEM.AGAK.LAEN TERHADAP MINAT BELI TIKET  
BIOSKOP OLEH *FOLLOWERS*-NYA****

(Studi Eksplanatif Konten Instagram *Final Trailer* Film *Agak Laen (2024)*  
Unggahan 26 Januari 2024 pada *Followers* Instagram @pilem.agak.laen)



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**JESSICA ANINDYA PUTRI**

**190906871**

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

**2025**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Daya Tarik Konten *Final Trailer Film Agak Laen (2024)* Melalui  
Instagram @pilem.agak.laen Terhadap Minat Beli Tiket Bioskop Oleh  
*Followers-nya*

## SKRIPSI

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



Disusun oleh :

**JESSICA ANINDYA PUTRI**

190906871

Disetujui oleh :



**Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A.**

Dosen Pembimbing

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

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN


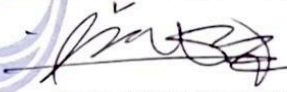
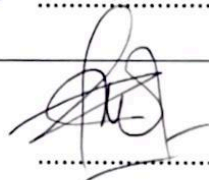
### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Konten *Final Trailer* Film *Agak Laen* (2024)  
Melalui Instagram @pilem.agak.laen Terhadap Minat Beli Tiket  
Bioskop *Followers*-nya  
Penyusun : Jessica Anindya Putri  
NPM : 190906871

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 9 Januari 2025  
Pukul : 11.00  
Tempat : Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

#### TIM PENGUJI

<b><u>F. Anita Herawati, S.I.P., M.Si.</u></b> Penguji Utama	
<b><u>Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A</u></b> Penguji I	
<b><u>Immanuel Dwi Asmoro Tunggal</u></b> <b><u>S.I.Kom., M.I.Kom</u></b> Penguji II	

  
**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

# PERNYATAAN KEASLIAN

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jessica Anindya Putri

NPM : 190906871

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Konten *Final Trailer* Film *Agak Laen (2024)* Melalui Instagram @pilem.agak.laen Terhadap Minat Beli Tiket Bioskop Oleh *Followers*-nya

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 gelar kesarjanaannya saya.

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

Yogyakarta, 1 Januari 2025

Saya yang menyatakan



Jessica Anindya Putri

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mempercayakan peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Konten *Final Trailer* film *Agak Laen (2024)* Melalui Instagram @pilem.agak.laen Terhadap Minat Beli Tiket Bioskop oleh *Followers*-nya”. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dorongan dari berbagai pihak. Atas dasar tersebut, pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena berkat, belas kasih, dan cintanya tidak pernah meninggalkan saya, dan tak membiarkan semangat saya patah dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Keluarga, yaitu Papa Wuri dan Mama Vivit yang selalu mendukung dalam segala hal, baik moral maupun material. Membawanya dalam doa setiap malam. Selalu mempercayakan saya untuk berproses dari awal hingga selesai penyusunan skripsi ini. Perhatian, kasih sayang, dan rasa aman selalu ada karena papa dan mama.
3. Sahabat-sahabat saya, Theda Carisa, Asa Nadia, Agung Sakti, Salsabilla Syd. Tempat saya berbagi banyak hal, menemani, meminta saran, dan tak henti-henti memotivasi. Saya belajar banyak dari kalian, terima kasih karena tidak pernah membuat saya merasa berjuang sendiri.
4. Bapak Josep Joedhi Darmawan, M.A selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang telah membimbing, memotivasi, dan membantu untuk keluar dari ilusi kebingungan yang saya ciptakan sendiri. Terima kasih sudah sabar membimbing saya pak

5. Teman-teman kantor ketika saya di Visinema Pictures, yang membantu saya memahami dan menyukai dunia promosi film, hingga saya mengalami keresahan yang menjadi topik skripsi saya ini.
6. Responden penelitian, yang telah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang saya gunakan sebagai sampel penting dalam skripsi ini.
7. Diri saya sendiri, terima kasih karena tidak menyerah, dapat memilih prioritas, dan mampu menyelesaikan tanggung jawab atas apa yang saya mulai.

Yogyakarta, 1 Januari 2025



Peneliti,

Jessica Anindya Putri

Jessica Anindya Putri

190906871

**PENGARUH DAYA TARIK KONTEN *FINAL TRAILER* FILM *AGAK LAEN*  
(2024) MELALUI INSTAGRAM @PILEM.AGAK.LAEN TERHADAP MINAT  
BELI TIKET BIOSKOP OLEH *FOLLOWERS*-NYA**

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik konten final trailer film Agak Laen (2024) melalui Instagram @pilem.agak.laen terhadap minat beli tiket bioskop oleh followers-nya.*

*Trailer film adalah salah satu konten yang selalu ada setiap kali suatu film akan tayang. Tujuan utama konten tersebut adalah untuk menunjukkan daya tarik sebuah film. Dalam mengukur daya tarik konten dapat menerapkan 4 indikator konten yang memiliki daya tarik yakni context, connection, communication dan collaboration. Konten yang memiliki daya tarik merangsang konsumen untuk memiliki minat beli yang dapat dilihat menggunakan model AISAS (attention, interest, search, action, dan share). Penelitian ini masuk dalam penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan sampel 100 responden yang merupakan bagian dari followers Instagram @pilem.agak.laen. Instrumen penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan uji regresi linear sederhana dengan SPSS.*

*Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari daya tarik konten final trailer film Agak Laen (2024) terhadap minat beli tiket bioskop oleh followersnya. Dengan demikian, semakin menarik konten final trailer film Agak Laen (2024) maka minat beli yang timbul akan semakin besar. Besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y adalah 54,9%.*

**Kata kunci:** Daya Tarik Konten, *Trailer* Film, Instagram, Minat Beli

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
1. Manfaat Akademis.....	15
2. Manfaat Praktis.....	15
E. Kerangka Teori.....	16
1. Elaboration-Likelihood Model.....	17
2. Konten Media Sosial.....	22
3. Trailer Sebagai Daya Tarik Film.....	27
4. AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Model.....	28
F. Kerangka Konsep.....	32
1. Daya Tarik Konten (Variabel X).....	32
2. Minat Beli (Variabel Y).....	34
G. Definisi Operasional Variabel.....	35
H. Hipotesis.....	39
I. Metodologi Penelitian.....	39
1. Metode Penelitian.....	39
2. Jenis Penelitian.....	40
3. Sumber Data.....	40
4. Jenis Data.....	41
5. Teknik Pengumpulan Data.....	42



6. Populasi dan Sampel.....	42
7. Teknik Sampling.....	43
8. Skala Pengukuran Data.....	44
9. Metode Pengujian Instrumen.....	45
10. Teknik Analisis Data.....	49
<b>BAB II.....</b>	<b>51</b>
<b>DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
A. Film Agak Laen (2024).....	51
B. Akun Instagram @pilem.agak.laen.....	54
C. Konten Final Trailer film Agak Laen (2024) pada Instagram @pilem.agak.laen	56
<b>BAB III.....</b>	<b>58</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
A. Hasil Temuan Data.....	58
1. Deskripsi Distribusi Frekuensi.....	58
1.1. Profil Responden.....	58
1.2. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	60
2. Analisis Regresi Sederhana.....	85
3. Analisis Hipotesis Penelitian.....	89
B. Pembahasan.....	90
<b>BAB IV.....</b>	<b>104</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>104</b>
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	105
1. Saran Akademis.....	105
2. Saran Praktis.....	105
C. Batasan Penelitian.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Followers Instagram @pilem.agak.laen	7
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3. Pengukuran Instrumen	48
Tabel 4. Interpretasi Nilai Korelasi Pearson	49
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Daya Tarik Konten	50
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Minat Beli	51
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 8. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Daya Tarik Konten	63
Tabel 9. Item Pernyataan X1	65
Tabel 10. Item pernyataan X2	66
Tabel 11. Item pernyataan X3	67
Tabel 12. Item Pernyataan X4	68
Tabel 13. Item Pernyataan X5	69
Tabel 14. Item Pernyataan X6	70
Tabel 15. Item Pernyataan X7	71
Tabel 16. Item Pernyataan X8	73
Tabel 17. Item Pernyataan X9	74
Tabel 18. Item Pernyataan X10	75
Tabel 19. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli	76
Tabel 20. Item Pernyataan Y1	77
Tabel 21. Item Pernyataan Y2	78
Tabel 22. Item Pernyataan Y3	79
Tabel 23. Item Pernyataan Y4	80
Tabel 24. Item Pernyataan Y5	82
Tabel 25. Item Pernyataan Y6	83
Tabel 26. Item Pernyataan Y7	84
Tabel 27. Item Pernyataan Y8	85
Tabel 28. Item Pernyataan Y9	86
Tabel 29. Item Pernyataan Y10	87
Tabel 30. Nilai Interpretasi Korelasi Pearson	88
Tabel 31. Rekap Rata-Rata Interval Variabel X	95
Tabel 32. Rekap Rata-Rata Interval Variabel Y	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Statistik Film Indonesia dengan Penonton Terbanyak 2024	7
Gambar 2. Persentase Media Sosial paling banyak digunakan di Indonesia	9
Gambar 3 & 4. Sample konten dari reels dan photo feed @pilem.agak.laen	11
Gambar 5: Preview Konten Final Trailer Film Agak Laen (2024)	12
Gambar 6. Tweet Alexander Matius	13
Gambar 7. Perkembangan model AISAS	37
Gambar 8. Model AISAS Nonlinier	38
Gambar 9: Official Poster Film Agak Laen	60
Gambar 10: Akun Instagram Film Agak Laen	63
Gambar 11. Hasil Uji Regresi Sederhana	94
Gambar 12. Hasil Uji Regresi Sederhana (ANOVA)	95
Gambar 13. Hasil Uji Regresi Sederhana (Coefficients)	95
Gambar 14. Perhitungan Indikator Interest	99
Gambar 15. Rekap Interval dari 10 Pernyataan Variabel Y	106