

**PENGARUH PEMASARAN DISNEY PLUS HOTSTAR
PADA AKUN INSTAGRAM
@DISNEYPLUSHOTSTARID TERHADAP MINAT
BELI PRODUK PENGIKUTNYA**

SKRIPSI

Oleh:

Siti Mariska

201910415323



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Disney Plus Hotstar
Pada Akun Instagram @Disneyplushotstarid
Terhadap Minat Beli Produk Pengikutnya

Nama Mahasiswa : Siti Mariska

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415323

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023



Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Disney Plus Hotstar
Pada Akun Instagram @Disneyplushotstarid
Terhadap Minat Beli Produk Pengikutnya

Nama Mahasiswa : Siti Mariska

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415323

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 303077002

Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si
NIDN. 0312079501

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0310068902



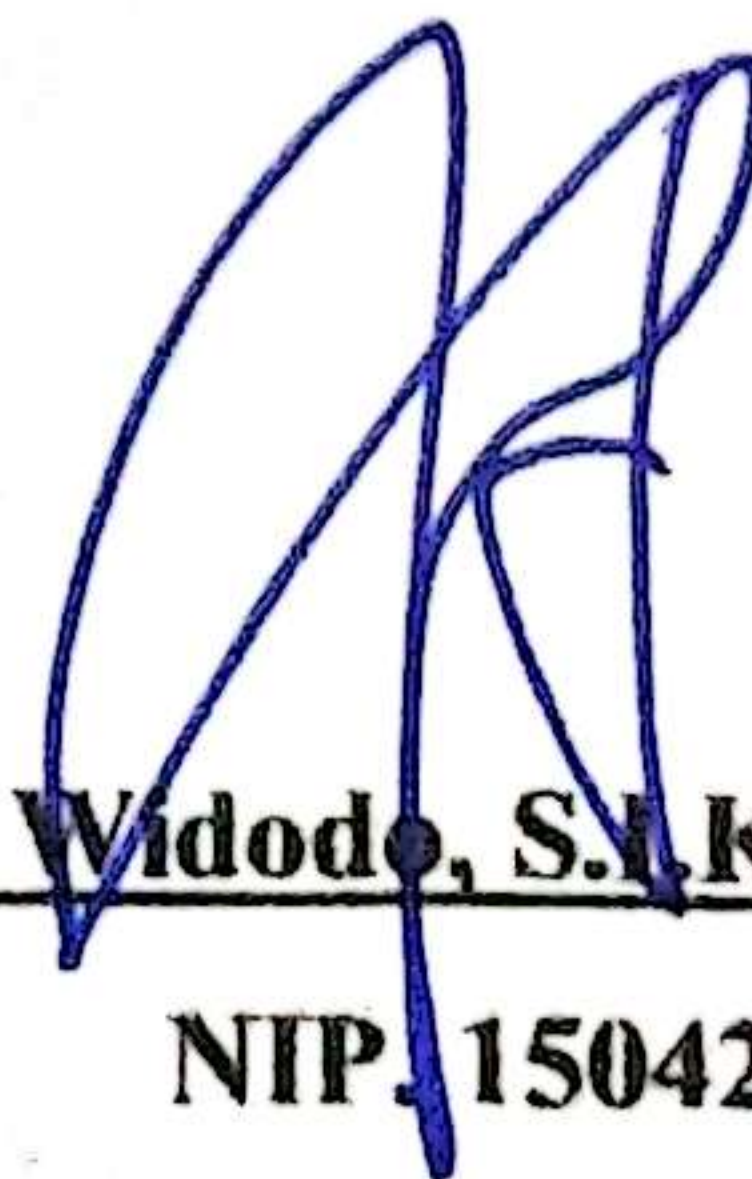
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi

“Pengaruh Pemasaran Disney Plus Hotstar Pada Akun Instagram @disneyplushotstarid Terhadap Minat Beli Produk Pengikutnya”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Siti Mariska

201910415323

ABSTRAK

Siti Mariska. 201910415323. Pengaruh Pemasaran Disney Plus Hotstar Pada Akun Instagram @Disneyplushotstarid Terhadap Minat Beli Produk Pengikutnya. Keberadaan internet yang telah mengubah cara hidup manusia, termasuk dengan komunikasi. Manusia kini berkomunikasi bisa melalui media sosial dengan memanfaatkan internet. Dengan kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang lain selain berinteraksi dalam komunikasi, yaitu dalam bidang komunikasi pemasaran. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial adalah Disney Plus Hotstar melalui akun Instagram @disneyplushotstarid.

Penelitian ini menggunakan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang memiliki tujuan untuk mengukur seberapa pengaruh dari pemasaran oleh Disney Plus Hotstar melalui akun media sosial Instagram @disneyplushotstarid sebagai variabel X dan juga faktor-faktor seperti perhatian dan ketertarikan, dalam mempengaruhi minat beli dari pengikut dari akun media sosial Instagram @disneyplushotstarid sebagai variabel Y. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *Purposive sampling*.

Penelitian menggunakan metode uji analisis regresi linear sederhana mendapatkan hasil sebesar 0,681, yang kemudian diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,463 yang artinya terdapat pengaruh dari variabel X (Media Sosial) terhadap variabel Y (Minat Beli) yaitu sebesar 46,3%. Hasil uji dari koefisien regresi linear mendapatkan nilai konstanta sebesar $10,047+0,481$, yang artinya dapat dianalisis bahwa media sosial Instagram @disneyplushotstarid berpengaruh secara positif terhadap minat beli pengikut.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, pemasaran media sosial, minat beli.

ABSTRACT

Siti Mariska. 201910415323. *The Influence of Disney Plus Hotstar Marketing on the @Disneyplushotstarid Instagram Account on Interest in Buying Follower Products. The existence of the internet has changed the way of human life, including communication. Humans can now communicate through social media by utilizing the internet. The presence of social media also influences other fields besides interacting in communication, namely in the field of marketing communications. One company that utilizes social media is Disney Plus Hotstar through its Instagram account @disneyplushotstarid.*

This research used the theory of the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) which aims to measure how much influence marketing by Disney Plus Hotstar has through the Instagram social media account @disneyplushotstarid as variable X and also factors such as attention and interest, in influencing buying interest from followers of social media accounts Instagram @disneyplushotstarid as variable Y. Furthermore, this research used descriptive quantitative methods, using a sample of 100 respondents with a purposive sampling technique.

The research used a simple linear regression analysis test method to get a result of 0.681, which then obtained a coefficient of determination of 0.463, which means that there is an influence from variable X (Social Media) on variable Y (Purchasing Interest), which is equal to 46.3%. The test results of the linear regression coefficient get a constant value of $10.047 + 0.481$, which means that it can be analyzed that Instagram @disneyplushotstarid social media has a positive effect on followers' buying interest.

Keywords: marketing communications, social media marketing, buying interest.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pemasaran Disney Plus Hotstar Pada Akun Instagram @disneyplushotstarid Terhadap Minat Beli Produk Pengikutnya". Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai dengan tujuan akademik guna menyelesaikan studi program Sarjana S1 pada program studi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya II Bekasi. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan penuh kesungguhan dan dedikasi yang tinggi untuk memenuhi tugas akademik yang diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, namun diharapkan skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pemasaran media sosial dan minat beli konsumen. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan serta do'a dan restunya, karena tanpanya penulis tidak akan bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari banyak pihak yang telah membantu, membimbing serta mendukung penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku rektor dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Ibu Dian Sukmawati, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Farah Agni Qistina, Adia Maulida, dan Jovanca Stefanny M yang selalu memberikan dukungan, doa, serta bantuannya kepada penulis.
7. Salsa Salbilah, dan Berliana Milleni yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
8. Teman bimbingan seperjuangan Afni, Andini, Akhyana, Adit, Reza dan Resa yang telah saling mendukung dan membantu satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik itu dari segi penulisan, maupun dari penyusunan materinya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik, saran, serta masukannya yang membangun untuk penulis agar nantinya skripsi ini dapat menjadi rujukan atau sumber referensi yang bermanfaat bagi orang lain. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pemasaran media sosial dan minat beli konsumen. Penulis berharap agar skripsi ini dapat mendapat persetujuan dan dukungan dari semua pihak yang terkait.

Jakarta, 28 Juli 2023



Siti Mariska

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan Teoritik	11

2.3	Tinjauan Konseptual.....	15
2.4	Kerangka Pemikiran	21
2.5	Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Metode Penelitian.....	23
3.3	Operasional Variabel Penelitian	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data	26
3.5	Populasi dan Teknik Sampling.....	27
3.5.1	Populasi.....	27
3.5.2	Sampel.....	28
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.6.1	Validitas	29
3.6.2	Reliabilitas	30
3.7	Metode Pengolahan Data (Konversi Data).....	31
3.8	Teknik Analisis Data	32
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis.....	34
3.10	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	36
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.2	Hasil Uji Validitas	39
4.3	Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3	Hasil Analisa Data Responden	43
4.4	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	45

4.4.1	Deskripsi Statistik Variabel Independent X (Media Sosial Instagram)	45
4.4.2	Deskripsi Statistik Variabel Dependent Y (Minat Beli)	57
4.5	Uji Asumsi.....	64
4.5.1	Uji Normalitas	65
4.6	Pengujian Hipotesis	66
4.6.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	66
4.6.2	Hasil Uji t	69
4.7	Pembahasan	70
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
5.2.1	Saran Teoritis	76
5.2.2	Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Most-used Social Media Jan 2023	3
Gambar 1. 2 Top Video Entertainment on Demand Apps Indonesia	4
Gambar 1. 3 Jumlah pelanggan Disney+ Hotstar Q2 2022.....	5
Gambar 4. 1 Postingan Akun Instagram @disneyplushotstarid	37
Gambar 4. 2 Postingan Konten Akun Instagram @disneyplushotstarid.....	37
Gambar 4. 3 <i>Story</i> dan <i>Reels</i> Pada Akun Instagram @disneyplushotstarid	38



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Tabel skala penelitian.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Tabel skala penelitian.....	27
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel X	39
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Y	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Akun Media Sosial (X)	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 7 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 8 Kategori Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 9 Kategori Responden Berdasarkan Kesibukan.....	44
Tabel 4. 10 Pernyataan X1	45
Tabel 4. 11 Pernyataan X2.....	46
Tabel 4. 12 Pernyataan X3	47
Tabel 4. 13 Pernyataan X4.....	48
Tabel 4. 14 Pernyataan X5	49
Tabel 4. 15 Pernyataan X6.....	50
Tabel 4. 16 Pernyataan X7	51
Tabel 4. 17 Pernyataan X8	52
Tabel 4. 18 Pernyataan X9.....	53

Tabel 4. 19 Pernyataan X10	54
Tabel 4. 20 Pernyataan X11	55
Tabel 4. 21 Pernyataan X12	56
Tabel 4. 22 Pernyataan Y1	57
Tabel 4. 23 Pernyataan Y2	58
Tabel 4. 24 Pernyataan Y3	59
Tabel 4. 25 Pernyataan Y4	60
Tabel 4. 26 Pernyataan Y5	61
Tabel 4. 27 Pernyataan Y6	62
Tabel 4. 28 Pernyataan Y7	63
Tabel 4. 29 Pernyataan Y8	64
Tabel 4. 30 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	65
Tabel 4. 31 Variables Entered	66
Tabel 4. 32 Model Summary	67
Tabel 4. 33 Tabel ANOVA	67
Tabel 4. 34 Koefisien Analisis Regresi Sederhana	68
Tabel 4. 35 Hasil Uji t	69

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Tahapan AIDA.....	12
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN 2 : Angket Penelitian

LAMPIRAN 3 : Tabulasi

LAMPIRAN 4 : Konversi

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

