

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *MS GLOW FOR MEN* MARSHEL
WIDIANTO & BABE CABITA DI INSTAGRAM TERHADAP RESPON
FOLLOWERS AKUN *INSTAGRAM @msglowformen***

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Ibni Afzainnizam

201810415186



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *MS GLOW FOR MEN* MARSHEL
WIDIANTO & BABE CABITA DI INSTAGRAM TERHADAP RESPON
FOLLOWERS AKUN *INSTAGRAM @msglowformen***

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Ibni Afzainnizam

201810415186



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan *MS Glow For Men* Marshal Widiyanto & Babe Cabita di Media Sosial *Instagram* Terhadap Respon *Followers* Akun *Instagram @msglowformen*

Nama Mahasiswa : Muhammad Ibni Afzainnizam

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415186

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmun Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023



Pembimbing

Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0319048601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan *MS Glow For Men* Marshel Widiyanto & Babe Cabita di Media Sosial *Instagram* Terhadap Respon *Followers* Akun *Instagram @msglowformen*

Nama Mahasiswa : Muhammad Ibni Afzainnizam

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415186

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.
NIDN. 0319048601

Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0323127802

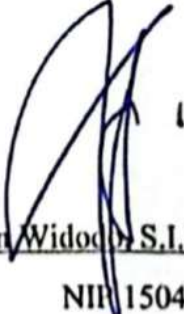
Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


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


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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Daya Tarik Iklan MS Glow For Men Marshel Widiyanto & Babe Cabita di Media Sosial Instagram Terhadap Respon Followers Akun Instagram @msglowformen*, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

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, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ibni Afzainnizam

201810415186

ABSTRAK

Muhammad Ibni Afzainnizam 201810415186. Pengaruh Daya Tarik Iklan *MS Glow For Men* Marshel Widiyanto & Babe Cabita di Media Sosial *Instagram* Terhadap Respon *Followers* Akun *Instagram* @msglowformen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh Daya Tarik Iklan *MS Glow For Men* Marshel Widiyanto & Babe Cabita terhadap Respon *Followers* @msglowformen. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif serta menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada para responden, yaitu *Followers* @msglowformen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus *slovin* 10%, dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur jenjang pendapat para responden. Dengan membubuhkan 21 pernyataan pada variabel X (daya tarik iklan) dan juga 8 pernyataan pada variabel Y (Respon).

Berdasarkan hasil nilai koefisiensi korelasi sebesar sebesar 0,768 atau 76% dan masuk pada rentang 0,60-0,799. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan bersifat positif antara variabel daya tarik iklan (X) dengan variabel respon (Y). Sedangkan pada uji analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai 11.876 (t-hitung) lebih besar dari 0,1290 (t-tabel) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,1 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai koefisien determinasi atau R Square yaitu 0,590. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel daya tarik iklan terhadap variabel respon sebesar 59%. Artinya terdapat pengaruh daya tarik iklan *MS Glow For Men* Marshel Widiyanto & Babe Cabita di media sosial *Instagram* sebesar 59% terhadap respon followers akun *Instagram* @msglowformen, sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Daya Tarik Iklan, *MS Glow*, Respon, *Followers*.

ABSTRACT

Muhammad Ibni Afzainnizam 201810415186. *The Effect of Advertising Appeal MS Glow For Men Marshel Widiyanto & Babe Cabita on Followers Social Media Instagram@msglowformen Responses.*

This study aims to determine the effect of MS Glow For Men's Advertising Appeal Marshel Widiyanto & Babe Cabita on Responses of @msglowformen Followers. In this study, the authors used quantitative research methods and used questionnaire data collection techniques which were distributed online to respondents, namely Followers @msglowformen. In this study the authors used a sample of 100 people using the 10% slovin formula, using a simple random sampling technique. This study uses a Likert scale to measure the level of opinion of the respondents. By affixing 21 statements to variable X (ad appeal) and also 8 statements to variable Y (Response).

Based on the results of the correlation coefficient of 0.768 or 76% and entered in the range 0.60-0.799. This shows that there is a strong and positive relationship between the advertising attractiveness variable (X) and the response variable (Y). Whereas in the simple linear regression analysis test it shows that the value of 11,876 (t-count) is greater than 0. 1290 (t-table) and a significance value of $0.000 < 0.1$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. With the value of the coefficient of determination or R Square, namely 0.590. This shows that the influence of the advertising appeal variable on the response variable is 59%. This means that there is an advertising appeal effect of the MS Glow For Men ad Marshel Widiyanto & Babe Cabita on Instagram social media by 59% on the response of followers of the @msglowformen Instagram account, while the remaining 41% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Advertising Appeal, MS Glow, Response, Followers.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia berupa kesehatan baik secara jasmani maupun rohani serta petunjuk kepada penulis, berkat karunia dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, nasehat, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor 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 Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran kepada penulis dalam pengerjaan skripsi serta meyakinkan Ketua Penguji Skripsi dan Sekretaris Penguji Skripsi untuk ikut serta mengarahkan dan mendukung penelitian ini.
5. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom. selaku Ketua Penguji Skripsi yang telah memberikan izin untuk memberikan pengarahan terkait penelitian dan perbaikan terhadap kekurangan dalam penelitian ini.
6. Bapak Fadli M. Athalarik, M.I.Kom. selaku Sekretaris Penguji Skripsi yang telah memberikan pengarahan terkait perbaikan dan saran terhadap penelitian untuk melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.
7. Bapak Johan Wahyudi S.H. dan Ibu Khusnul Khotimah selaku kedua orang tua, yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
8. Serta teman-temanku lainnya, yang selalu memberikan semangat, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Dengan demikian, penulis mengharapkan saran serta kritik. Sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 01 Agustus 2023



Muhammad Ibni Afzainnizam



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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kerangka Konsep	13
2.2.1 Komunikasi.....	13
2.2.2 Komunikasi Massa.....	14
2.2.3 Iklan	15
2.2.4 Daya Tarik Iklan	18
2.2.5 Media Sosial	19
2.2.6 Instagram.....	20
2.2.7 Respon	21
2.3 Kerangka Teori.....	22
2.3.1 Teori S-O-R (Stimulus Respon)	22
2.4 Kerangka Pemikiran	24

2.5	Hipotesis Penelitian	25
BAB III	METODE PENELITIAN	26
3.1	Paradigma Penelitian	26
3.2	Metode Penelitian	26
3.3	Variabel Penelitian	27
3.3.1	Operasionalisasi Variabel X	28
3.3.2	Operasionalisasi Variabel Y	30
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.4.1	Populasi.....	31
3.4.2	Sampel	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.7	Validitas dan Reliabilitas Data	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8	Analisis Data	35
3.8.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	37
3.9	Uji Hipotesis	38
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Subjek Penelitian	39
4.1.1	Gambaran <i>MS Glow For Men</i>	39
4.1.2	Logo <i>MS Glow For Men</i>	40
4.2	Hasil Uji Validitas	40
4.3	Hasil Uji Reliabilitas	42
4.4	Karakteristik Responden	43
4.5	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	45
4.5.1	Variabel Independen X(DayaTarikIklan)	45
4.5.2	Variabel Dependen Y (Respon).....	60
4.6	Hasil Uji Hipotesis	66
4.7	Pembahasan	70
BAB V	PENUTUP.....	81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X)	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Respon (Y)	42
Tabel 4.3 Reliabilitas Penelitian	43
Tabel 4.4 Hasil Reliabilitas Penelitian	43
Tabel 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.6 Kategori Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.7 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 1 “Backsound iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto mudah diingat”	45
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 2 “Backsound iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto enak didengar”	46
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 3 “Backsound iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto sesuai dengan adegan yang ditampilkan”	46
Tabel 4.11 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 4 “Rangkaian adegan dari iklan <i>MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto</i> tertata rapi”	47
Tabel 4.12 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 5 “Visual dari setiap rangkaian adegan iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto enak dilihat”	48
Tabel 4.13 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 6 “Alur cerita dari iklan <i>MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto</i> mudah dipahami”	48
Tabel 4.14 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 7 “Alur cerita dari iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto menarik”	49

Tabel 4.15 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 8 “Dialog antar tokoh pada iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto sesuai dengan adegan yang ditampilkan”	50
Tabel 4.16 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 9 “Dialog antar tokoh pada iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto mudah dimengerti”	50
Tabel 4.17 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 10 “Pesan dalam iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto mudah diingat”	51
Tabel 4.18 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 11 “Pesan dalam iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto mampu membuat saya sebagai penonton mengakui bahwa pria perlu merawat diri dengan menggunakan skin care”	52
Tabel 4.19 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 12 “Bintang iklan MS Glow For Men yaitu Babe Cabita & Marshel Widiyanto terkenal dikalangan masyarakat”	53
Tabel 4.20 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 13 “Bintang iklan MS Glow For Men yaitu Babe Cabita & Marshel Widiyanto berbakat”	53
Tabel 4.21 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 14 “Bintang iklan <i>MS Glow For Men</i> yaitu Babe Cabita & Marshel Widiyanto berpenampilan unik”	54
Tabel 4.22 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 15 “Penampilan dari Babe Cabita & Marshel Widiyanto dalam iklan MS Glow For Men dapat memperkuat pesan iklan”	55
Tabel 4.23 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 16 “Slogan iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto menarik”	55
Tabel 4.24 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 17 “Slogan iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto sesuai dengan tema iklan”	56

Tabel 4.25 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 18 “Tulisan #semuajugabisa sebagai slogan iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto terlihat jelas”	57
Tabel 4.26 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 19 “Tulisan #semuajugabisa sebagai slogan iklan <i>MS Glow For Men</i> Babe Cabita & Marshel Widiyanto mudah diingat”	57
Tabel 4.27 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 20 “Gambar logo perusahaan pada iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto menarik”	58
Tabel 4.28 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 21 “Gambar logo perusahaan pada iklan <i>MS Glow For Men</i> Babe Cabita & Marshel Widiyanto memudahkan penonton untuk mengenal produk <i>MS Glow For Men</i> ”	59
Tabel 4.29 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 1 “Iklan MS Glow For Men Babe Cabita & Marshel Widiyanto memberikan pandangan dan informasi kepada penonton tentang pentingnya skin care”	60
Tabel 4.30 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 2 “Iklan MS Glow For Men yang dibintangi Babe Cabita & Marshel Widiyanto mampu memberikan pengetahuan pada penonton bahwa pria dengan bentuk fisik apapun bisa menggunakan skin care”	61
Tabel 4.31 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 3 “Iklan <i>MS Glow For Men</i> yang dibintangi Babe Cabita & Marshel Widiyanto memudahkan penonton dalam mendapatkan informasi terkait produk <i>MS Glow For Men</i> ”	62
Tabel 4.32 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 4 “Saya sebagai penonton menyukai iklan <i>MS Glow For Men</i> yang dibintangi Babe Cabita & Marshel Widiyanto”	62
Tabel 4.33 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 5 “Iklan MS Glow For Men yang dibintangi Babe Cabita & Marshel Widiyanto menarik perhatian saya sebagai penonton”	63

Tabel 4.34 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 6 “Iklan MS Glow For Men yang dibintangi oleh Babe Cabita & Marshel Widiyanto menciptakan kesan positif bagi saya sebagai penonton”	64
Tabel 4.35 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 7 “Setelah menonton iklan <i>MS Glow For Men</i> Babe Cabita & Marshel Widiyanto membuat penonton ingin membeli produk <i>MS Glow For Men</i> ”	65
Tabel 4.36 Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 8 “Setelah menonton iklan <i>MS Glow For Men</i> Babe Cabita & Marshel Widiyanto membuat penonton ingin mempromosikan produk <i>MS Glow For Men</i> ” ..	65
Tabel 4.37 Hasil Uji Korelasi Penelitian.....	67
Tabel 4.38 Variabel Entered	67
Tabel 4.39 Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.40 Tabel ANOVA	68
Tabel 4.41 Analisis Regresi Linear Sederhana	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia 2020-2021	2
Gambar 1.2 Jumlah Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia (2017 - 2025)	3
Gambar 1.3 Logo <i>Ms Glow</i>	3
Gambar 1.4 10 Brand Lokal Terlaris di <i>E-commerce</i>	4
Gambar 1.5 Akun <i>Instagram MS Glow For Men (@msglowformen)</i>	5
Gambar 1.6 Postingan Iklan Instagram @msglowformen Babe Cabita & Marshel Widiyanto	6
Gambar 1.7 Logo <i>MS Glow For Men</i>	7
Gambar 1.8 Slogan dengan <i>tagline #semuajugabisa</i>	8
Gambar 4.1 Produk <i>MS Glow For Men</i>	39
Gambar 4.2 Logo <i>MS Glow For Men</i>	40



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Angket Kuesioner

LAMPIRAN 3: Tabulasi

LAMPIRAN 4: Tabel Hasil Analisis Data

LAMPIRAN 5: Dokumentasi

LAMPIRAN 6: Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing

LAMPIRAN 7: Form Perbaikan

