



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @G_IDLEINDONESIA
TERHADAP BRAND IMAGE (G)I-DLE**

(Survei Kepada Followers Fanbase Neverland Jakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Luvi Rahmadhany

203516516021

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**The Influence of Instagram Social Media @G_IDLEINDONESIA on the
Brand Image of (G)I-DLE**

(A Survey Among Followers of the Neverland Jakarta Fanbase)

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)**

HALAMAN SAMPUL

Luvi Rahmadhany

203516516021

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITIC
SCIENCE COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT**

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Luvi Rahmadhany

NPM : 203516516021

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa
Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada
Followers Fanbase Neverland Jakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pangkuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 14 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,


Luvi Rahmadhany



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Luvi Rahmadhany
NPM : 203516516021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanbase Neverland Jakarta)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 8 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Luvi Rahmadhany
NPM : 203516516021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa

Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanpage Neverland Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto S.IP., M.Si (.....)
Penguji 1 : Yuyu Sriwartini S.Sos., M.Si (.....)
Penguji 2 : Dr. Irfan Fauzi, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 6 Maret 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Luvi Rahmadhany
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516021
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanpage Neverland Jakarta)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 6 Maret 2024

Ketua Sidang : **Dr. Bhakti Nur Avianto S.I.P., M.Si**

Penguji I : **Yayu Sriwartini S.Sos., M.Si**

Penguji II : **Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si,**

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Luvi Rahmadhani
NPM : 203516516021
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 28 Februari 2024

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanbase Neverland Jakarta)

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**The Influence of Instagram Social Media @G_DLEINDONESIAA on the Brand Image of (G)I-DLE
(A Survey Among Followers of the Neverland Jakarta Fanbase)**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 6 Maret 2024	TGL : 6 Maret 2024	TGL : 6 Maret 2024
 Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.,	 Djujur Luciana Radjagukguk, M.Sos., M.Si.	 Luvi Rahmadhani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah seberapa besar pengaruh media sosial instagram @g_idleindonesiaa terhadap brand image (G)I-DLE (survei kepada followers fanbase neverland jakarta)

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih Kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Nasional.
3. Ibu Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Irfan Fauzi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dari awal penulisan penulisan ini.
5. Segenap Dosen program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
6. Terima kasih kepada admin fanbase @g_idleindonesiaa beserta Neverland yang telah membantu saya dalam memperoleh data pada penelitian ini.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Sarno dan Ibu Marni serta adik saya Zafira yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman saya seperti Mahdiya Nurfadila, Rara Elmalia, Diah Ayu, Helmalia Regita Z dan teman lainnya yang tidak dapat

disebutkan satu persatu yang selalu setia memberikan arahan dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Saya juga mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada (G)I-DLE, NCT (terutama Jaehyun dan Johnny), dan Rivers yang telah menjadi inspirasi dan dukungan secara tidak langsung melalui karya-karyanya hingga penggarapan skripsi selesai.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 14 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ismi R.', is written over a white horizontal line.

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luvi Rahmadhany

NPM : 203516516021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (non-exclusive royalty-free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanpage Neverland Jakarta), beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namanya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14/02/2024

Yang menyatakan



(Luvi Rahmadhany)

ABSTRAK

Nama : Luvi Rahmadhany
NPM : 203516516021
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa
Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada
Followers Fanbase Neverland Jakarta)

Dosen pembimbing : Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial instagram @g_idleindonesiaa terhadap brand image (G)I-DLE dikalangan Neverland Jakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori *Image* (citra) yang diperkenalkan oleh Frank Jefkins dengan metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan fokus pada analisis data statistik untuk memahami sejauh mana media sosial Instagram memengaruhi persepsi penggemar terhadap brand image (G)I-DLE. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui survei daring yang disebarkan kepada Neverland khususnya di wilayah Jakarta yang mengikuti akun Instagram @g_idleindonesiaa. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa terhadap Brand Image (G)I-DLE. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,603 menunjukkan bahwa 60,3% variasi dalam Brand Image (G)I-DLE dapat dijelaskan oleh variasi pada pengaruh Media Sosial Instagram @g_idleindonesiaa. Sementara itu, 39,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Media Sosial, Brand Image

ABSTRACT

Name :Luvi Rahmadhany
NPM : 203516516021
Thesis Title : Influence of Instagram Social Media @g_idleindonesiaa Regarding Brand Image (G)I-DLE (Survey of Neverland Jakarta Fanbase Followers)

Supervising Lecturer : Dr. Irfan Fauzi, M.Si

The purpose of this study is to determine how much influence the social media Instagram @g_idleindonesiaa has on the brand image of (G)I-DLE among Neverland Jakarta. In this study, researchers used the Image Theory introduced by Frank Jefkins with the research method used, namely quantitative, with a focus on analyzing statistical data to understand the extent to which Instagram social media influences fans' perceptions of the (G)I-DLE brand image. This research involves data collection through an online survey distributed to Neverland, especially in the Jakarta area who follow the @g_idleindonesiaa Instagram account. The results showed that there was an influence of Instagram Social Media @g_idleindonesiaa on Brand Image (G)I-DLE. The coefficient of determination (R square) value of 0.603 indicates that 60.3% of the variation in Brand Image (G)I-DLE can be explained by variations in the influence of Instagram Social Media @g_idleindonesiaa. Meanwhile, the remaining 39.7% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Social Media, Brand Image



Universitas Nasional
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jakarta

PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Luvi Rahmadhany
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram
@g_idleindonesiaa Terhadap Brand Image (G)I-DLE (Survei Kepada Followers Fanbase Neverland Jakarta)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari pernyataan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 20 Oktober 2023

Dosen Pembimbing

Kepala Prodi Ilmu
Komunikasi

Dr. Irfan Fauzi, M.Si

Djudjur Luciana
Radjagukguk S.sos., M.Si.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
2.1.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Konsep	16
2.2.1 Media Sosial Instagram.....	16
2.2.2 Brand Image	18
2.3 Kerangka Teori	21
2.3.1 Teori Image (Teori Citra)	21
2.4 Kerangka Pemikiran	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian dan Taraf Signifikan Riset.....	26
3.2 Metode dan Sifat Penelitian.....	28

3.2.1	Metode Survei	28
3.2.2	Sifat Penelitian	28
3.3	Data Penelitian, Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data.....	29
3.3.1	Data Penelitian	29
3.3.2	Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data	29
3.4	Skala Ukur Data atau Variabel Riset	30
3.5	Operasionalisasi Konsep	32
3.6	Populasi, Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6.1	Populasi.....	36
3.6.2	Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Riset.....	40
3.7.1	Uji Validitas.....	40
3.7.2	Reliabilitas Instrumen Riset	42
3.8	Teknik Analisis Data.....	44
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.8.3	Uji Hipotesis	45
3.8.4	Koefisien Determinasi.....	45
3.9	Perencanaan Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		48
4.1	Gambaran Umum	48
4.1.1	Media Sosial Instagram.....	48
4.1.2	Akun Fanpage @g_idleindonesiaa	49
4.1.3	Fanbase Neverland Jakarta.....	51
4.2	Analisis Hasil Lapangan.....	53
4.2.1	Identitas Responden	54
4.2.2	Tabel Silang Profil Responden.....	55
4.3	Gambaran Data Deskriptif Variabel X per Dimensi.....	56
4.3.1	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Context	56
4.3.2	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Colaboration.....	59
4.3.3	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Communication	62
4.3.4	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Connection	65
4.4	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y per Dimensi	68
4.4.1	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kekuatan	68

4.4.2	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Keunikan	71
4.4.3	Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kesukaan	74
4.5	Teknik Analisis Data.....	78
4.5.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	78
4.5.2	Uji Hipotesis	79
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	80
4.6	Pembahasan Penelitian	80
BAB V PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia.....	2
Gambar 2. 1 Pengalaman Mengenai Stimulus	22
Gambar 2. 2 Kernal Pemikiran.....	24
Gambar 4. 1 Media Sosial Instagram.....	48
Gambar 4. 2 Akun Fanbase @g_idleindonesiaa	50
Gambar 4. 3 Neverland	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1	Taraf Signifikan	28
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	31
Tabel 3. 3	Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 4	Sampel	38
Tabel 3. 5	Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 3. 6	Uji Validitas Variabel Y	42
Tabel 3. 7	Uji Reliabilitas Instrumen Riset.....	43
Tabel 3. 8	Perencanaan Jadwal Penelitian	47
Tabel 4. 1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
Tabel 4. 2	Responden berdasarkan usia	54
Tabel 4. 3	Responden berdasarkan domisili	55
Tabel 4. 4	Jenis Kelamin Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 5	Jenis Kelamin Responden Berdasarkan Domisili.....	56
Tabel 4. 6	Saya merasa konten dan informasi yang disampaikan akun Instagram @g_idleindonesiaa mudah dimengerti	56
Tabel 4. 7	Saya merasa konten (G)I-DLE yang diunggah akun Instagram @g_idleindonesiaa menarik	57
Tabel 4. 8	Kategorisasi Dimensi Context	58
Tabel 4. 9	Turut memberikan saran atau komentar pada konten akun Instagram @g_idleindonesiaa	59
Tabel 4. 10	Interaksi dengan akun Instagram @g_idleindonesiaa berjalan dengan baik.....	60
Tabel 4. 11	Kategorisasi Dimensi Collaboration.....	60
Tabel 4. 12	Informasi mengenai (G)I-DLE yang disampaikan akurat dan up to date.....	62
Tabel 4. 13	Konten yang disajikan menggunakan kata-kata sederhana dan tidak rumit untuk dimengerti	63
Tabel 4. 14	Kategorisasi Dimensi Communication	63

Tabel 4. 15	Mengonsumsi konten (G)I-DLE dari akun Instagram @g_idleindonesiaa terus menerus.....	65
Tabel 4. 16	Memberikan informasi kepada Neverland lain mengenai akun Instagram @g_idleindonesiaa	66
Tabel 4. 17	Kategorisasi Dimensi Connection	67
Tabel 4. 18	Konten yang dibagikan oleh @g_idleindonesiaa mampu meningkatkan daya Tarik (G)I-DLE di mata Neverland.	68
Tabel 4. 19	Konten yang diunggah oleh @g_idleindonesiaa efektif dalam membentuk dan memelihara identitas (G)I-DLE yang kuat.....	69
Tabel 4. 20	Kategorisasi Dimensi Kekuatan.....	70
Tabel 4. 21	Konten yang dihadirkan oleh @g_idleindonesiaa di Instagram merangsang rasa keingintahuan dan apresiasi terhadap keunikan (G)I-DLE.....	71
Tabel 4. 22	Interaksi aktif dengan penggemar di Instagram membantu memperkuat citra (G)I-DLE sebagai grup dengan identitas musik yang unik dan gaya yang khas	72
Tabel 4. 23	Kategorisasi Dimensi Keunikan	73
Tabel 4. 24	Konten yang disiapkan oleh @g_idleindonesiaa di Instagram mendukung peningkatan kesukaan penggemar terhadap (G)I-DLE.	74
Tabel 4. 25	Keterlibatan aktif @g_idleindonesiaa di Instagram membangun ikatan emosional dengan penggemar.....	75
Tabel 4. 26	Kehadiran akun Instagram @g_idleindonesiaa berdampak langsung pada tingkat kesukaan penggemar terhadap	76
Tabel 4. 27	Kategorisasi Dimensi Kesukaan	77
Tabel 4. 28	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	78
Tabel 4. 29	Uji Hipotesis	79
Tabel 4. 30	Model Summary	80