



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PUBLISITAS NOVEL DI AKUN INSTAGRAM
@WP.MARTABAKKOLOR TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS*
(SURVEI KEPADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
@WP.MARTABAKKOLOR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

DEVINA RIFDA MALIKA SYACHIRA

193516516062

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

2023



NASIONAL UNIVERSITY

***THE INFLUENCE OF NOVEL PUBLICITY ON INSTAGRAM
ACCOUNT @WP.MARTABAKKOLOR ON INTEREST IN BUYING OF
FOLLOWERS (SURVEI TO FOLLOWERS OF INSTAGRAM ACCOUNT
@WP.MARTABAKKOLOR)***

THESIS

Submitted as one of the requirement to obtain a Bachelor of Communication

Science (S.I.Kom)

DEVINA RIFDA MALIKA SYACHIRA

193516516062

***COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

NASIONAL UNIVERISTY

2023



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

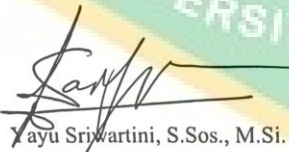
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Devina Rifda Malika Syachira
NPM : 193516516062
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram
@wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli *Followers*
(Survei Kepada *Followers* Akun Instagram
@wp.martabakkolor)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 22 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Dekan


Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.



Mawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Devina Rifda Malika Syachira
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516062
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram
@wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli Followers
(Survei Kepada Followers Akun Instagram
@wp.martabakkolor)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 10 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 22 Agustus 2023

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Yayu Sriwartini, S.sos., M.Si

Keterangan :

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Devina Rifda Malika Syachira
NPM : 193516516062
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2023


JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram @wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli *Followers*
(Survei Kepada *Followers* Akun Instagram @wp.martabakkolor)

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

*The Influence Of Novel Publicity On Instagram Account @wp.martabakkolor On Interest In Buying
Of Followers (Survey To Followers Of Instagram Account @wp.martabakkolor)*

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 22 Agustus 2023	TGL: 23 Agustus 2023	TGL: 22 Agustus 2023
		



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

Nama Mahasiswa : Devina Rifda Malika Syachira
NPM : 193516516062
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Sukabumi, 18 Mei 2002
Alamat Rumah : Kp. Pojok Hanjuang, RT02/RW01, Desa
Nangerang, Kec. Cicurug, Kab. Sukabumi,
Prov. Jawa Barat. 43359
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : +62 896-3099-7107
Alamat Kantor :
E-mail : dsyachira@gmail.com

Jakarta, 22 Agustus 2023

Alumni,

DEVINA RIFDA MALIKA SYACHIRA



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devina Rifda Malika Syachira
No. Pokok Mahasiswa : 193516516062
Judul Skripsi : Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram
@wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli
Followers (Survei Terhadap *Followers* Akun
Instagram @wp.martabakkolor).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis merupakan asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas nama kan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Nasional atau Perguruan Tinggi lainnya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 29 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Devina Rifda Malika Syachira

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugrah-Nya, sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dengan judul “Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram @wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli *Followers* (Survei Terhadap *Followers* Akun Instagram @wp.martabakkolor)”.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis mengalami kendala dan kesulitan, namun berkat arahan, dorongan moril dan materil, serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati serta rasa hormat, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Dan Nursatyo, S.Sos., M.Si., beserta jajarannya.

6. Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah begitu banyak meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing penulis, membelikan ilmu yang sangat bermanfaat, dan dorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan di setiap semester.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Deni Hadi Permana dan Ibu Ina Rosalina yang dengan tulus membantu dan memberikan dukungan yang tiada henti baik dalam bentuk moral dan materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
10. Ketiga adik penulis, yaitu Faiz Muhammad, Muhammad Hafiz, dan Bahtiar yang selalu memberikan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Nenek dan Kakek tercinta yang tiada henti mengirimkan doa serta semangat agar penulis tetap semangat mengerjakan skripsi ini.
12. Teman sekaligus sahabat penulis, Lulu Fadhila Husna yang senantiasa menemani, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, membantu dan memberikan banyak kontribusi dengan sepenuh hati selama masa SMA hingga masa perkuliahan ini selesai.
13. Rudi Setiadi yang selalu menemani dan menjadi *support system* penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

14. Kepada teman-teman di Universitas Nasional yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
15. Kepada Reny Aisyah, Iffa Raihanah, Nabila Galuh, Ema Haspiani, Lisanti Amalia, dan teman-teman virtual yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun telah memberikan banyak bantuan dan semangat kepada penulis.
16. Kepada G-friend dan Enhyphen yang telah menghibur penulis di kala jenuh.
17. Kepada seluruh teman serta pihak lainnya yang telah membantu, namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi kita semua.

Sukabumi, 26 Juli 2023



Devina Rifda Malika syachira

ABSTRAK

Nama : Devina Rifda Malika Syachira
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Publisitas Novel di Akun Instagram @wp.martabakkolor Terhadap Minat Beli *Followers* (Survei Kepada *Followers* Akun Instagram @wp.martabakkolor).

Kata Kunci Publisitas, Novel, Instagram, Minat Beli	Media sosial instagram menjadi salah satu bentuk dari media baru yang kini dimanfaatkan untuk menjual atau membeli suatu produk/jasa. Penulis novel Ita Kurniawati dalam menarik minat beli <i>followers</i> -nya, melakukan berbagai publisitas yang berkaitan dengan karya novelnya melalui akun instagram @wp.martabakkolor. Namun, adanya oknum yang menyalahgunakan media sosial dengan menggunakan nama Ita Kurniawati membuat dirinya beberapa kali menghimbau melalui instagram @wp.martabakkolor agar <i>followers</i> -nya berhati-hati sehingga tidak tertipu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori <i>use and effect</i> . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan metode <i>survey</i> yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 137 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara publisitas dengan minat beli <i>followers</i> akun @wp.martabakkolor. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan $r_{hitung} (0,569) >$ nilai $r_{tabel} (0,167)$. Kemudian, diperkuat dengan nilai $sig_{hitung} (0,001) >$ $sig_{riset} (0,05)$. Kesimpulan dalam penelitian ini ada pengaruh signifikan antara publisitas novel di instagram dengan minat beli <i>followers</i> akun instagram penulis Ita Kurniawati @wp.martabakkolor.
Dosen Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : Devina Rifda Malika Syachira

Study Program : *Communication Science*

Title : *The Influence Of Novel Publicity On Instagram Account @wp.martabakkolor on interest in buying of followers (Survey To Followers Of Instagram Account @wp.martabakkolor).*

<p>Keywords <i>Publicity, Novel, Instagram, Purchase Intention</i></p>	<p><i>Instagram social media is a form of new media that is now being used to sell or buy a product/service. Novel writer Ita Kurniawati in attracting buying interestfollowers-nya, doing various publicity related to her novel work through her Instagram account @wp.martabakkolor. However, there were people who abused social media using the name Ita Kurniawati, which made her several times appeal via Instagram @wp.martabakkolor tofollowers-be careful not to be fooled. The theory used in this research is theoryuse and effect. This study uses explanatory quantitative methods with the methodsurvey which was carried out by distributing questionnaires to 137 respondents. The results of the study show that there is a relationship between publicity and purchase intentionfollowers @wp.martabakkolor account. This is evidenced by the calculation of rcount (0,569) > nilai rtable (0.167). Then, it is reinforced by the sig arithmetic value (0.001) > research sig (0.05). The conclusion in this study is that there is a significant influence between novel publicity on Instagram and purchase intentionfollowers writer Ita Kurniawati's Instagram account @wp.martabakkolor.</i></p>
<p>Lecturer</p>	<p>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.</p>

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	ii
BIODATA ALUMNI MAHASISWA	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sitematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kesenjangan Penelitian (<i>Research Gap</i>)	19
2.3 <i>State of the art</i>	21
2.4 Teori <i>Uses and Effect</i>	21
2.5 Hipotesis Penelitian	23
2.6 Definisi Konseptual dan Operasional	23
2.6.1 Publisitas.....	23
2.6.2 Minat Beli	27
2.7 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Pendekatan Penelitian dan taraf signifikansi riset	34
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	34

3.2.2	Taraf Signifikansi riset	34
3.3	Metode dan Jenis Penelitian	35
3.4	Data dan Teknik Pengambilan Data	36
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data Sekunder	37
3.5	Populasi dan Teknik Sampling	37
3.5.1	Populasi Riset (N)	37
3.5.2	Sampel dan Ukuran Sampel (n)	41
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	41
3.6	Pengukuran	43
3.6.1	Penetapan Variabel Penelitian	43
3.6.2	Tabel Operasionalisasi Variabel	44
3.6.3	Uji Validitas Instrumen Riset	44
3.6.4	Uji Reliabilitas Instrumen Riset	50
3.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	51
3.7.1	Teknik Pengolahan Data	51
3.7.2	Teknik Analisis Data	52
3.8	Jadwal Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Profil Responden	56
4.2	Gambaran Data Deskriptif Variabel X	63
4.3	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y	105
4.4	Uji Hipotesis	138
4.5	Pembahasan	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		145
5.1	Kesimpulan	145
5.2	Saran	147
DAFTAR PUSTAKA		148
LAMPIRAN		154

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Kebaruan Penelitian (Novelty).....	21
Tabel 3. 1 Data Sekunder Penelitian	37
Tabel 3. 2 Kerangka Sampling.....	38
Tabel 3. 3 Sampel penelitian.....	42
Tabel 3. 4 Definisi Operasional	44
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Riset Variabel X	47
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Intrumen Riset Variabel Y (Minat Beli)	48
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Intrumen Riset Variabel X.....	50
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Instrumen Riset Variabel Y	51
Tabel 3. 9 Tingkat Kekuatan Korelasi Pearson.....	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Respoden	56
Tabel 4. 2 Usia Respoden.....	56
Tabel 4. 3 Profesi Respoden.....	57
Tabel 4. 4 Gemar Tidaknya Respoden Dalam Membaca Novel.....	57
Tabel 4. 5 Intensitas Respoden Membaca Novel	58
Tabel 4. 6 Intensitas Respoden Membeli Novel Secara Online.....	58
Tabel 4. 7 Lamanya Respoden Mengikuti Instagram @wp.martabakkolor	59
Tabel 4. 8 Jenis Kelamin Respoden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 9 Profesi Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 10 Tingkat Kegemaran Respoden Dalam Membaca Novel Berdasarkan Usia	61

Tabel 4. 11 Intensitas Responden Membaca Novel Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 12 Intensitas Responden Membeli Novel Secara <i>Online</i> Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 13 Durasi Responden Mengikuti Akun Instagram @wp.Martabakkolor Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 14 Publisitas @wp.martabakkolor Memiliki Ide Konten Berkualitas	63
Tabel 4. 15 Ide Konten Berkualitas Menunjukkan Pemilik Akun @wp.martabakkolor Memiliki Kreativitas Yang Tinggi	64
Tabel 4. 16 Publisitas Dengan Daya Imajinasi Kuat Menunjukkan Pemilik Akun @wp.martabakkolor Memiliki Kreativitas Yang Tinggi.....	64
Tabel 4. 17 Publisitas Oleh Penulis Ita Kurniawati Memiliki Rasa Humor Yang Tinggi	65
Tabel 4. 18 Kemampuan Elaborasi Ide Konten Membuat Publisitas Menjadi Lebih Menarik	65
Tabel 4. 19 Publisitas Dengan Beragam Media Mampu Meningkatkan Kepercayaan Responden.....	66
Tabel 4. 20 Publisitas Dengan Beragam Media Mampu Menjangkau Lebih Banyak Khalayak	66
Tabel 4. 21 Publisitas Melalui Instagram Mampu Memberikan Informasi Dengan Jangkauan Yang Luas	67
Tabel 4. 22 Pengulangan Pesan Pada Fitur Story Instagram Membuat Makna Pesan Lebih di Pahami	67

Tabel 4. 23 Pengulangan Pesan Alur Cerita Baru (Spoiler) Membuat Tertarik Membaca.....	68
Tabel 4. 24 Publisitas Pesan Yang Berulang Tidak Perlu Dilakukan Oleh Penulis Ita Kurniawati.....	68
Tabel 4. 25 Pengulangan Informasi Yang DiPublisitaskan Mampu Membantu Responden.....	69
Tabel 4. 26 Publisitas Pesan Secara Berulang Mampu Merubah Makna Pesan Sebelumnya Sudah Didengar Sebelumnya	69
Tabel 4. 27 Publisitas Terkait Produk Perlu Dilakukan Secara Berkala.....	70
Tabel 4. 28 Responden Setuju Informasi Terkait Produk Perlu Dipublisitaskan Secara Berkala.....	71
Tabel 4. 29 Publisitas Berkala Mampu Membuat Makna Pesan Dapat Diterima Dengan Baik.....	71
Tabel 4. 30 Isi Pesan Yang Dipublisitaskan @wp.martabakkolor Mudah Dipahami	72
Tabel 4. 31 Publisitas Konten Bentuk Audio atau Video Lebih Mudah Dipahami	72
Tabel 4. 32 Penting Untuk Membuat Isi Konten Yang Menarik Sebelum Dipublisitaskan.....	73
Tabel 4. 33 Mempertimbangkan Frekuensi Pembaca Tulisan Sebelum Dipublisitaskan.....	73
Tabel 4. 34 Publisitas Harus Berisikan Informasi Produk Yang Dirangkai Baik dan Jelas	74

Tabel 4. 35 Bahasa Dalam Konten Yang Dipublikasikan Tidak Boleh Berbelit-Belit	74
Tabel 4. 36 Rangkaian Isi Pesan Yang di Publikasikan di Instagram @wp.martabakkolor Jelas	75
Tabel 4. 37 Gambaran Dimensi Kreativitas Penulis Ita Kurniawati Di Pandangan Responden.....	77
Tabel 4. 38 Gambaran Dimensi Kreativitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 4. 39 Gambaran Dimensi Kreativitas Berdasarkan Usia Responden.....	78
Tabel 4. 40 Gambaran Dimensi Kreativitas Berdasarkan profesi Responden.....	79
Tabel 4. 41 Gambaran Dimensi Varietas Penulis Ita Kurniawati Di Pandangan Responden.....	81
Tabel 4. 42 Gambaran Dimensi Varitetas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 4. 43 Gambaran Dimensi Varitetas Berdasarkan Usia Responden.....	82
Tabel 4. 44 Gambaran Dimensi Varietas Berdasarkan Profesi Responden.....	83
Tabel 4. 45 Gambaran Dimensi Kuantitas Penulis Ita Kurniawati Di Pandangan Responden.....	85
Tabel 4. 46 Gambaran Dimensi Kuantitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	86
Tabel 4. 47 Gambaran Dimensi Kuantitas Berdasarkan Usia Responden.....	86
Tabel 4. 48 Gambaran Dimensi Kuantitas Berdasarkan Profesi Responden.....	87

Tabel 4. 49 Gambaran Dimensi Visibilitas Penulis Ita Kurniawati Di Pandangan Responden.....	89
Tabel 4. 50 Gambaran Dimensi Visibilitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 4. 51 Gambaran Dimensi Visibilitas Berdasarkan Usia Responden	90
Tabel 4. 52 Gambaran Dimensi Visibilitas Berdasarkan Profesi Responden.....	91
Tabel 4. 53 Gambaran Dimensi Legibilitas Penulis Ita Kurniawati Di Pandangan Responden.....	93
Tabel 4. 54 Gambaran Dimensi Legibilitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	93
Tabel 4. 55 Gambaran Dimensi Legibilitas Berdasarkan Usia Responden	94
Tabel 4. 56 Gambaran Dimensi Legibilitas Berdasarkan Profesi Responden	95
Tabel 4. 57 Gambaran Dimensi Understandbility Penulis Ita Kurniawati di Pandangan Responden	97
Tabel 4. 58 Gambaran Dimensi Understandbility Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	97
Tabel 4. 59 Gambaran Dimensi Understandbility Berdasarkan Usia Responden	98
Tabel 4. 60 Gambaran Dimensi Understandbility Berdasarkan Profesi Responden	99
Tabel 4. 61 Gambaran Umum Publisitas Novel Di Instagram Penulis Ita Kurniawati @wp.martabakkolor.....	102
Tabel 4. 62 Gambaran Keseluruhan Variabel Publisitas Novel Di Instagram Penulis Ita Kurniawati Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	102

Tabel 4. 63 Gambaran Variabel Publisitas Novel di Instagram Penulis Ita Kurniawati Berdasarkan Usia Responden.....	103
Tabel 4. 64 Gambaran Variabel Publisitas Novel di Instagram Penulis Ita Kurniawati Berdasarkan Profesi Responden.....	104
Tabel 4. 65 Gambaran Umum Publisitas Novel di Instagram Berdasarkan Penggemar Penulis Ita Kurniawati.....	104
Tabel 4. 66 Gambaran Variabel Publisitas Novel Di Instagram Penulis Ita Kurniawati Berdasarkan Lama Mengikuti instagram @wp.martabakkolor	105
Tabel 4. 67.....	105
Tabel 4. 68 Minat Mencari Tahu Diskon Yang Dipublisitas Pada di Instagram @wp.martabakkolor.....	106
Tabel 4. 69 Minat Mengetahui Informasi Detail Produk Melalui Publisitas di Instagram @wp.martabakkolor.....	107
Tabel 4. 70 Minat Untuk Mencari Tahu Informasi Terbaru di Instagram @wp.martabakkolor Dengan Lebih Sering Menggunakan Instagram.....	107
Tabel 4. 71 Minat Untuk Mencari Tahu Informasi Baru Yang di Publisitakan @wp.martabakkolor Dengan Menggunakan Beragam Media Sosial	108
Tabel 4. 72 Publisitas di Instagram @wp.martabakkolor Menarik Minat Untuk Mengikuti Akun Instagram @wp.martabakkolor	108
Tabel 4. 73 Minat Untuk Mempertimbangkan Pembelian Produk Melalui Publisitas di Instagram @wp.martabakkolor.....	109
Tabel 4. 74 Publisitas @wp.martabakkolor Yang Menarik Menumbuhkan Minat Untuk Selalu Melakukan Pembelian.....	109

Tabel 4. 75 Publisitas Produk Berulang di @wp.martabakkolor Lebih Disukai Dibandingkan Penulis Lain.....	110
Tabel 4. 76 Publisitas @wp.martabakkolor Lebih Mampu Menarik Minat Beli Dibandingkan Penulis Lain.....	110
Tabel 4. 77 Memprioritaskan Membeli Produk di Instagram @wp.martabakkolor Dibandingkan Produk Lain	111
Tabel 4. 78 Publisitas Pada Akun @wp.martabakkolor Membuat Minat Untuk Membeli Novel.....	111
Tabel 4. 79 Cenderung Melakukan Transaksi Ketika Ada Produk Baru Yang Dipublikasikan Pada Akun @wp.martabakkolor	112
Tabel 4. 80 Tertarik Melakukan Transaksi Ketika Ada Diskon Produk Yang Dipublikasikan Oleh Akun @wp.martabakkolor.....	112
Tabel 4. 81 Melakukan Transaksi Karena Yakin Akan Kualitas Produk Yang Dipublikasikan Di Instagram @wp.martabakkolor.....	113
Tabel 4. 82 Melakukan Transaksi Karena Publisitas Terkait Informasi Produk Dan Cara Pembelian Produk Yang Detail	114
Tabel 4. 83 Melakukan Transaksi Segera Pada Publisitas Produk Baru Diamond Gang Ketika Tersedia.....	114
Tabel 4. 84 Tidak Melakukan Transaksi Apabila Tidak Terdapat Publisitas Jelas Di Instagram @wp.martabakkolor.....	115
Tabel 4. 85 Minat Merekomendasikan Produk Yang Baru Dipublikasikan di Instagram @wp.martabakkolor.....	115

Tabel 4. 86 Minat Merekomendasikan Kepada Teman Karena Banyak Diskon Yang Dipublikasikan di Instagram @wp.martabakkolor.....	116
Tabel 4. 87 Keinginan Merekomendasikan Publisitas di @wp.martabakkolor Kepada Penulis Lain Sebagai Strategi Menarik Minat Khalayak.....	116
Tabel 4. 88 Melakukan Rekomendasi Setelah Melihat Publisitas di Instagram @wp.martabakkolor.....	117
Tabel 4. 89 Merekomendasikan Segera Produk @wp.martabakkolor Yang Telah Dibeli Kepada Kerabat Atau Teman.....	117
Tabel 4. 90 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Dipandangan Responden....	119
Tabel 4. 91 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Berdasarkan Jenis Kelamin	120
Tabel 4. 92 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Berdasarkan Usia Responden.....	121
Tabel 4. 93 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Berdasarkan Profesi Responden.....	121
Tabel 4. 94 Gambaran Dimensi Minat Preferensial Dipandangan Responden...	123
Tabel 4. 95 Minat Preferensial Berdasarkan Jenis Kelamin	123
Tabel 4. 96 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Berdasarkan Usia Responden.....	124
Tabel 4. 97 Gambaran Dimensi Minat Eksploratif Berdasarkan Profesi Responden.....	124
Tabel 4. 98 Gambaran Dimensi Minat Transaksional Di Pandangan Responden.....	127

Tabel 4. 99 Gambaran Dimensi Minat Transaksional Berdasarkan Jenis Kelamin	127
Tabel 4. 100 Gambaran Dimensi Minat Transaksional Berdasarkan Usia Responden	128
Tabel 4. 101 Gambaran Dimensi Minat Transaksional Berdasarkan Profesi Responden	128
Tabel 4. 102 Gambaran Dimensi Minat Referensial Dipandangan Responden..	130
Tabel 4. 103 Gambaran Dimensi Minat Referensial Berdasarkan Jenis Kelamin	130
Tabel 4. 104 Gambaran Dimensi Minat Transaksional Berdasarkan Usia Responden	131
Tabel 4. 105 Gambaran Dimensi Minat Referensial Berdasarkan Profesi Responden	132
Tabel 4. 106 Gambaran Umum Variabel Minat Beli Followers Penulis Ita Kurniawati	134
Tabel 4. 107 Gambaran Variabel Minat Beli Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	135
Tabel 4. 108 Gambaran Variabel Minat Beli Berdasarkan Usia Responden.....	135
Tabel 4. 109 Gambaran Variabel Minat Beli Berdasarkan Profesi Responden..	136
Tabel 4. 110 Gambaran Umum Minat Beli Berdasarkan Penggemar Penulis Ita Kurniawati	137
Tabel 4. 111 Gambaran Variabel Minat Beli Berdasarkan Lama Mengikuti instagram @wp.martabakkolor	137

Tabel 4. 112 Uji Koefisien Determinasi	138
Tabel 4. 113 Uji Simultan	139
Tabel 4. 114 Uji Koefisien Regresi.....	140



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna media sosial di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Ita Kurniawati Bersama Founder & CEO MD Entertainment	7
Gambar 1. 3 Instagram resmi karya Ita Kurniawati.....	8
Gambar 1. 4 Audiovisual Diamond Gang.....	9
Gambar 1. 5 Promo Bulanan.....	9
Gambar 1. 6 Merchandise Diamond Gang.....	10
Gambar 1. 7 <i>Story</i> terkait <i>Fake Account</i>	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ketersediaan Dosen Pembimbing	155
Lampiran 2: Lembar Konsultasi	156
Lampiran 3: Kuesioner Sebelum Uji Validitas Dan Reliabilitas	158
Lampiran 4: Kuesioner Setelah Uji Validitas Dan Reliabilitas	164
Lampiran 5: Profil Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Riset	168
Lampiran 6: Profil Sampel Penelitian	169
Lampiran 7: Jawaban Responden Uji Instrumen Riset Variabel X	171
Lampiran 8 : Jawaban Responden Uji Instrumen Riset Variabel Y	172
Lampiran 9: Hasil Output Uji Validitas Variabel X	173
Lampiran 10: Hasil Output Uji Validitas Variabel Y	175
Lampiran 11: Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X.....	177
Lampiran 12: Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y.....	177
Lampiran 13: Jawaban Responden Riset (Sampel) Variabel X.....	178
Lampiran 14: Jawaban Responden Riset (Sampel) Variabel Y	180
Lampiran 15: Hasil Olah Data Inferensial	182
Lampiran 16: Tabel Korelasi Pearson (Product Moment)	183
Lampiran 17: Hasil Turnitin.....	184
Lampiran 18 : Daftar Riwayat Hidup.....	185