



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PAPARAN KONTEN INSTAGRAM @viva.cosmetics
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK VIVA KOSMETIK**

SKRIPSI

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

**Salsa Arnisa Dwiyanti
223516516095**

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

2026



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO INSTAGRAM CONTENT
@viva.cosmetics ON VIVA COSMETICS PRODUCT *BRAND*
*AWARENESS***

THESIS

*Submitted as partial fulfillment of the requirements for the Degree of Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)*

**Salsa Arnisa Dwiyanti
223516516095**

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

2026

Universitas Nasional

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama: Salsa Arnisa Dwiyanti

NPM: 223516516095

Tanda Tangan:



Salsa Arnisa Dwiyanti

Tanggal:

Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Salsa Arnisa Dwiyantri
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @VIVA.COSMETICS TERHADAP
BRAND AWARENESS VIVA KOSMETIK
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 diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Irfan Fauzi M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, SE., M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Salsa Arnisa Dwiyanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : PENGARUH PAPARAN KONTEN INSTAGRAM
@VIVA.COSMETIC TERHADAP BRAND
AWARENESS PRODUK VIVA KOSMETIK
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 09 Maret 2026

Dosen Pembimbing


Dr. Irfan Fauzi M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Aoi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Salsa Arnisa Dwiyanti

NPM : 223516516095

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Paparan Konten Instagram @viva.cosmetics Terhadap Brand Awareness Produk Viva Kosmetik

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Asran Jalal, M. Si (.....)

Penguji 1 : Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si. (.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi, M.Si. (.....)

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 04 Maret 2026

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Salsa Arnisa Dwiyanti	
NPM	: 223516516095	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Peminatan	: Ilmu Komunikasi	
Tanggal Sidang	: 04 Maret 2026	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
PENGARUH PAPARAN KONTEN INSTAGRAM @VIVA.COSMETICS TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK VIVA KOSMETIK		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO INSTAGRAM CONTENT @viva.cosmetics ON VIVA COSMETICS PRODUCT BRAND AWARENESS		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 09 Maret 2026	TGL : 09 Maret 2026	TGL : 09 Maret 2026
 Dr. Irfan Fauzi, M.Si.	 Swastiningsih., S.E., M.Si.,	 Salsa Arnisa Dwiyanti

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI



Biro Administrasi Akademik
Universitas Nasional

Kode : BAA/NI-4
Revisi : (0)
Tanggal : 30 Desember 2025

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI/KARYA ILMIAH/TESIS/DISERTASI

Nama : Salsa Arnisa Dwiyantri
NPM : 223516516095
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

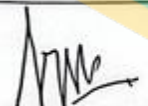
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA:

PENGARUH PAPARAN KONTEN INSTAGRAM @viva.cosmetics TERHADAP
BRAND AWARENESS PRODUK VIVA KOSMETIK

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS:

THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO INSTAGRAM CONTENT @viva.cosmetics ON
VIVA COSMETICS PRODUCT BRAND AWARENESS

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing 1/ Promotor	Pembimbing 2/ Co-Promotor (Wajib ada jika ada)	Ka. Prodi
TGL: 09 Maret 2026	TGL: 09 Maret 2025	TGL: 09 Maret 2026
 Dr. Irfan Fauzi, M.Si.		 Swastiningsih, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh paparan konten Instagram @viva.cosmetics terhadap *brand awareness* produk Viva Kosmetik pada pengikut akun tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @viva.cosmetics dengan teknik probability sampling menggunakan simple random sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah paparan konten media sosial yang diukur melalui indikator frekuensi, durasi, intensitas, ketertarikan, dan interaksi. Variabel dependen adalah *brand awareness* yang diukur melalui indikator brand recognition, brand recall, dan top of mind. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson, regresi linear sederhana, serta uji hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil analisis menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,707 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel paparan konten media sosial dan *brand awareness*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y = 15,295 + 0,264X$ yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel X dan variabel Y. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,909 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 98,185 yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paparan konten Instagram @viva.cosmetics berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* Viva Kosmetik.

Kata kunci:

Paparan Konten, Instagram, *Brand awareness*, Viva Kosmetik, Media Sosial.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of exposure to Instagram content from @viva.cosmetics on the brand awareness of Viva Cosmetics products among the account's followers. This research uses a quantitative approach with an explanatory survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are followers of the Instagram account @viva.cosmetics using a probability sampling technique with simple random sampling. The independent variable in this study is social media content exposure, which is measured through the indicators of frequency, duration, intensity, interest, and interaction. The dependent variable is brand awareness, which is measured through the indicators of brand recognition, brand recall, and top of mind. Data analysis was conducted using the Pearson Product Moment correlation test, simple linear regression, and hypothesis testing (t-test and F-test).

The analysis results show a correlation value of 0.707, indicating a strong relationship between the social media content exposure variable and brand awareness, with a significance value of 0.000 (<0.05). The results of the simple linear regression produced the equation $Y = 15.295 + 0.264X$, which indicates a positive effect between variable X and variable Y . The results of the t-test show a t-value of 9.909 with a significance value of $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_1 is accepted. Meanwhile, the F-test results show an F-value of 98.185, indicating that the regression model used is significant. The results of this study indicate that exposure to Instagram content from @viva.cosmetics has a significant effect on the brand awareness of Viva Cosmetics.

Keywords:

Content Exposure, Instagram, Brand awareness, Viva Cosmetics, Social Media.

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vii
PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI	viii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teori	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.4.3 Manfaat Akademis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Teori <i>Brand awareness</i>	20
2.3 Definisi Konseptual	21
2.3.1 Paparan Media	21
2.3.2 Konten	21

2.3.3 Instagram.....	22
2.3.4 <i>Brand awareness</i>	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian	27
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.5.1 Variabel <i>Independent (X)</i>	31
3.5.2 Variabel <i>Dependent (Y)</i>	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1 Pengumpulan Data Primer.....	36
3.6.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	37
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.7.1 Uji Validitas.....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.8 Metode Analisis Data.....	41
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.8.2 Analisis Inferensial.....	42
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.9.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.9.2 Waktu Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Profile Viva Kosmetik.....	47
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	52
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel X (Pengaruh Paparan Konten Instagram @viva.cosmetics)	53
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Y (Terhadap <i>Brand awareness</i> Produk Viva Kosmetik).....	68
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Uji Korelasi Product Moment-Pearson	77
4.4.2 Uji Regresi Linear Sederhana	78
4.4.3 Uji T (Uji Parsial).....	79
4.4.4 Uji F (Uji Kelayakan Model)	80
4.4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4. 5 Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Teoritis.....	88
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran	24
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 3. 2 Teknik Pengumpulan Data	37
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Pengaruh paparan konten media sosial Instagram @viva.cosmetics)	38
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Terhadap <i>Brand awareness</i> Viva Kosmetik)	39
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 3. 6 Analisis Koefisien Korelasi	43
Tabel 3. 7 Waktu Penelitian	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Usia Responden	50
Tabel 4. 3 Domisili Responden	51
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	52
Tabel 4. 5 Pernyataan 1. Saya sering melihat unggahan akun Instagram @viva.cosmetic.	53
Tabel 4. 6 Pernyataan 2. Dalam seminggu, saya beberapa kali melihat postingan dari akun @viva.cosmetic	53
Tabel 4. 7 Pernyataan 3. Saya menghabiskan waktu cukup lama untuk melihat unggahan akun @viva.cosmetic.	55
Tabel 4. 8 Pernyataan 4. Saya sering menonton hingga selesai konten video atau reels dari akun @viva.cosmetic.	56
Tabel 4. 9 Pernyataan 5. Saya biasanya membaca keterangan (caption) dari setiap unggahan @viva.cosmetic	57
Tabel 4. 10 Pernyataan 6. Saya merasa cukup akrab dengan konten yang dibagikan oleh akun @viva.cosmetic	58
Tabel 4. 11 Pernyataan 7. Saya selalu memperhatikan unggahan terbaru dari akun @viva.cosmetic.	59
Tabel 4. 12 Pernyataan 8. Saya mengikuti hampir semua aktivitas akun @viva.cosmetics di Instagram	60
Tabel 4. 13	61
Tabel 4. 14 Pernyataan 10. Desain visual dan warna dalam konten @viva.cosmetics membuat saya tertarik.	62
Tabel 4. 15 Pernyataan 11. Informasi yang dibagikan akun @viva.cosmetics bermanfaat dan relevan bagi saya.	63

Tabel 4. 16 Pernyataan 12. Saya sering memberikan like pada unggahan akun @viva.cosmetics.....	64
Tabel 4. 17 Pernyataan 13. Saya pernah mengomentari atau membagikan unggahan dari akun @viva.cosmetics.....	65
Tabel 4. 18 Pernyataan 14. Saya pernah mengikuti kegiatan interaktif akun @viva.cosmetics seperti polling, quiz, atau giveaway.	66
Tabel 4. 19 Kategori Mean Per Butir Pernyataan Variabel Positioning Desain Sirkular.....	67
Tabel 4. 20 Perhitungan Kategori Mean per Butir Pernyataan Variabel Positioning Desain Sirkular.....	68
Tabel 4. 21	68
Tabel 4. 22 Saya dapat mengenali produk Viva Cosmetic dari kemasan atau tampilannya.....	70
Tabel 4. 23 Pernyataan 3. Saya dapat mengingat merek Viva Cosmetic tanpa perlu melihat logo atau gambar produknya.....	71
Tabel 4. 24 Pernyataan 4. Saya dapat menyebutkan beberapa jenis produk yang dimiliki oleh Viva Cosmetic.....	72
Tabel 4. 25 Pernyataan 5. Ketika memikirkan produk kosmetik lokal, Viva Cosmetic menjadi merek pertama yang saya ingat.	73
Tabel 4. 26 Pernyataan 6. Saya lebih sering mendengar nama Viva Cosmetic dibandingkan merek kosmetik lokal lainnya.....	74
Tabel 4. 27 Pernyataan 7. Saya merasa Viva Cosmetic adalah salah satu merek kosmetik lokal yang paling dikenal di Indonesia.....	75
Tabel 4. 28 Kategori Mean Per Butir Pernyataan Variabel Positioning Desain Sirkular.....	76
Tabel 4. 29 Perhitungan Kategori Mean per Butir Pernyataan Variabel Positioning Desain Sirkular.....	77
Tabel 4. 30 Hasil Uji Korelasi Product Moment-Pearson.....	78
Tabel 4. 31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	79
Tabel 4. 32 Hasil Uji T (Uji Parsial)	80
Tabel 4. 33 Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model).....	80
Tabel 4. 34 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Tahun 2021.....	1
Gambar 1. 2 Akun Resmi Instagram Viva Kosmetik Tahun 2025	3
Gambar 1. 3 Fakta Viva Kosmetik	4
Gambar 4. 1 Logo Viva Kosmetik	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	81
Lampiran 2: Lembar Konsultasi Bimbingan di APPSTA Mahasiswa	82
Lampiran 3: Bukti Turnitin	83
Lampiran 4: Tabel Pernyataan Kuesioner	84
Lampiran 5: Tabel Pernyataan Kuesioner	85
Lampiran 6: Tabulasi Data menggunakan Microsoft Excel 100 Responden.....	86
Lampiran 7: Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X	91
Lampiran 8: Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y.....	92
Lampiran 9: Hasil Output SPSS Kategori Mean Perbutir Pernyataan Variabel X (Paparan Konten Media Sosial Instagram @viva.cosmetics).....	93
Lampiran 10: Hasil Output SPSS Kategori Mean Perbutir Pernyataan Variabel Y (Brand awareness Viva Kosmetik)	94
Lampiran 11: R (Tabel).....	94
Lampiran 12: Acuan R (Tabel Uji Validitas dan Uji Korelasi Product Moment- Pearson).....	95

