

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF KONTEN MARKETING
FIT HUB MELALUI INSTAGRAM @FITHUB_ID TERHADAP
PENERAPAN GAYA HIDUP SEHAT MODERN
(SURVEI PADA MEMBER FITHUB JAKARTA GARDEN CITY)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



PUSPA INDAH PERMATASARI

1201703018

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Puspa Indah Permatasari

NIM : 1201703018

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Puspa Indah Permatasari

NIM : 1201703018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Studi Deskriptif Kuantitatif Konten Marketing Fit Hub Melalui Instagram @fithub_id Terhadap Penerapan Gaya Hidup Sehat Yang Modern (Survei Pada Member Fit Hub Jakarta Garden City).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

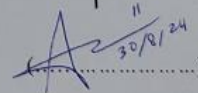
DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom,.




(.....)

Pembahas 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.



(.....)

Pembahas 2 : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 02 Agustus 2024...

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF KONTEN MARKETING FIT HUB MELALUI INSTAGRAM @FITHUB_ID TERHADAP PENERAPAN GAYA HIDUP SEHAT MODERN (SURVEI PADA MEMBER FIT HUB JAKARTA GARDEN CITY)” ini dengan baik. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dan pertolongan dari Tuhan Yesus Kristus, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Tujuan penulisan makalah penelitian ini adalah sebagai pelengkap akademis untuk tugas akhir di Peminatan Marketing Communication Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Dalam pelaksanaan maupun proses penyusunan laporan magang ini, penulis mendapatkan dukungan, semangat dan dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan yang dihadapi. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Prof. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU. selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan dan dedikasi kepada seluruh mahasiswa Universitas Bakrie khususnya kelas karyawan untuk dapat menjadi generasi berkualitas, berintegritas, dan inovatif.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, Ph.D. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan dan dedikasinya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya kelas karyawan un
3. Ibu Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom,. selaku dosen pembimbing skripsi ini yang telah memberikan nasihat, motivasi, dan semangat selama mengerjakan skripsi.

4. Ibu Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memonitor perkembangan akademik saya dan juga memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan kuliah hingga akhir.
5. Bapak Surachman dan Ibu Niken Anggia Anggraini selaku kedua orang tua karena berkat doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan lancar.
6. Joseph Bagus Saputra adik terkasih dan juga teman seperjuangan dalam menempuh kuliah bersama, terima kasih untuk dukungan dan motivasinya. Sukses selalu ya buat kita.
7. Sahabat terkasih Christina Arifin yang selalu mendukung dan menyemangati dari awal untuk saya mulai kuliah kembali dan menyelesaikan hingga lulus.
8. Sahabat terkasih Marlin Sulisthio yang juga selalu mendukung dan menyemangati sehingga penulis mampu menempuh kegiatan perkuliahan dan mampu menyelesaikan tugas akhirnya dengan baik.
9. Dan pihak – pihak lain yang telah berkontribusi dan mendukung hingga makalah penelitian ini selesai

Penulis menyadari bahwa makalah penelitian ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan makalah penelitian ini. Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang sesuai dari judul penelitian ini.

Jakarta, 04 April 2023



Puspa Indah Permatasari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Puspa Indah Permatasari
NIM :1201703018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Studi Deskriptif Kuantitatif Konten Marketing FIT HUB Melalui Instagram @fithub_id Terhadap Penerapan Gaya Hidup Sehat Modern (Survei Pada Member FIT HUB Jakarta Garden City) ”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Agustus 2024

Yang menyatakan



Puspa Indah Permatasari

**Studi Deskriptif Kuantitatif Konten Marketing FIT HUB Melalui Instagram
@fithub_id Terhadap Penerapan Gaya Hidup Sehat Modern (Survei Pada
Member FIT HUB Jakarta Garden City)**

PUSPA INDAH PERMATASARI – 1201703018

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah membuka peluang bagi perusahaan untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui konten marketing yang inovatif dan menarik. FIT HUB, sebuah pusat kebugaran, memanfaatkan platform Instagram @fithub_id untuk menyebarkan konten yang mendukung gaya hidup sehat dan modern. Namun, terdapat tantangan dalam mengevaluasi sejauh mana konten tersebut efektif dalam mempengaruhi gaya hidup sehat para anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten marketing FIT HUB melalui Instagram terhadap adopsi gaya hidup sehat yang modern di kalangan member FIT HUB Jakarta Garden City. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada member FIT HUB Jakarta Garden City, yang terdiri dari pertanyaan tertutup dengan skala Likert. Variabel independen dalam penelitian ini adalah konten marketing FIT HUB di Instagram, sedangkan variabel dependen adalah gaya hidup sehat yang modern. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier sederhana untuk menentukan pengaruh konten marketing terhadap gaya hidup sehat para member. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten marketing FIT HUB melalui Instagram @fithub_id memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi gaya hidup sehat yang modern di kalangan member FIT HUB Jakarta Garden City. Konten yang informatif, inspiratif, dan interaktif terbukti mampu mendorong anggota untuk lebih berkomitmen dalam menjalani gaya hidup sehat. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi konten marketing yang efektif di media sosial dapat berkontribusi positif terhadap perubahan perilaku dan adopsi gaya hidup sehat.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pusat kebugaran dan perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dalam merancang strategi konten marketing di media sosial. Dengan demikian, mereka dapat memaksimalkan pengaruh positif terhadap gaya hidup sehat konsumen dan memperkuat hubungan dengan komunitas mereka.

Kata Kunci: Konten Marketing, Media Sosial, Instagram, Gaya Hidup Sehat

**Studi Deskriptif Kuantitatif Konten Marketing FIT HUB Melalui Instagram
@fithub_id Terhadap Penerapan Gaya Hidup Sehat Modern (Survei Pada
Member FIT HUB Jakarta Garden City)**

PUSPA INDAH PERMATASARI – 1201703018

ABSTRACT

The development of social media has opened up opportunities for companies to promote healthy lifestyles through innovative and engaging marketing content. FIT HUB, a fitness center, utilizes the Instagram platform @fithub_id to spread content that supports a healthy and modern lifestyle. However, there are challenges in evaluating the extent to which the content is effective in influencing the healthy lifestyle of its members. This study aims to analyze the influence of FIT HUB's content marketing through Instagram on the adoption of a modern healthy lifestyle among FIT HUB Jakarta Garden City members. This research uses a survey method with a quantitative approach. Data was collected through questionnaires distributed to FIT HUB Jakarta Garden City members, which consisted of closed questions with a Likert scale. The independent variable in this study is FIT HUB marketing content on Instagram, while the dependent variable is a modern healthy lifestyle. Data analysis was conducted using simple linear regression techniques to determine the influence of marketing content on members' healthy lifestyles. The results showed that FIT HUB marketing content through Instagram @fithub_id has a significant influence on the adoption of a modern healthy lifestyle among FIT HUB Jakarta Garden City members. Informative, inspirational, and interactive content is proven to be able to encourage members to be more committed to living a healthy lifestyle. The findings indicate that effective content marketing strategies on social media can positively contribute to behavior change and healthy lifestyle adoption.

This study provides practical implications for fitness centers and health-related companies in designing content marketing strategies on social media. By doing so, they can maximize the positive influence on consumers' healthy lifestyles and strengthen relationships with their communities.

Keywords: *Content Marketing, Social Media, Instagram, Healthy Lifestyle*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori yang Relevan.....	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran Digital.....	21
2.1.2 Konten Marketing	21
2.1.3 Gaya Hidup Sehat yang Modern	24
2.1.4 Penerapan	28
2.1.5 Modern	28
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	30
2.3 Model Kerangka dan Hipotesis	35
2.3.1 Model Kerangka Pemikiran.....	35
2.3.2 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain dan Pendekatan	36

3.1.1 Desain.....	36
3.1.2 Pendekatan	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.2.3 Teknik Sampling	39
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran	39
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.3.3 Teknik Pengukuran.....	41
3.4 Analisis Data.....	42
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.5 Validasi Data.....	44
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Coba Validitas	44
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	48
3.5.4 Uji Coba Reliabilitas.....	48
3.7 Operasionalisasi Variabel	49
3.7.1 Keterbatasan Penelitian.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4. 1 Gambar Konteks Penelitian.....	63
4. 2 Penyajian Data	63
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	69
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	74
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.2.4 Uji Hipotesis	82
4.3 Pembahasan dan Diskusi	86
4.3.1 Konten Marketing Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup Sehat	86
BAB V SIMPULAN, KETERBATAS DAN SARAN	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Kendala dan Keterbatasan	88

5.3 Saran dan Implikasi	89
5.3.1 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	89
5.3.2 Bagi Perusahaan.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Essential Digital Headlines 2

Gambar 1. 2 Daily Time Spent With Media 2

Gambar 1. 3 Most Used Social Media Platforms..... 3

Gambar 1. 4 Posting akun Instagram @fitbar.official 8

Gambar 1. 5 Posting akun Instagram @soyjoyid..... 9

Gambar 1. 6 Gedung FIT HUB..... 10

Gambar 1. 7 Posting akun Instagram @fithub_id..... 12

Gambar 1. 8 Posting akun Instagram @fithub_id..... 13

Gambar 1. 9 Posting akun Instagram @fithub_id jumlah followers 14

Gambar 1. 10 Posting akun Instagram @fithub_id jumlah followers 15

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran 35

Gambar 3. 1 Jumlah Populasi Member FIT HUB Jakarta Garden City 37

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator (AIO) Activities, Interest, and Opinion Gaya Hidup Sehat	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Uji Validitas Konten Marketing	46
Tabel 3. 3 Uji Validitas Gaya Hidup Sehat	47
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	48
Tabel 3. 5 Interpretasi Reliabilitas	49
Tabel 3. 6 Dimensi Konten Marketing	50
Tabel 3. 7 Dimensi Gaya Hidup Sehat	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia Responden	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	65
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif	66
Tabel 4. 5 Frequency Statistik Deskriptif Usia Responden	67
Tabel 4. 6 Frequency Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4. 7 Frequency Statistik Deskriptif Pekerjaan Responden	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif	69
Tabel 4. 9 Uji Statistik Deskriptif Konten Marketing (X)	70
Tabel 4. 10 Uji Statistik Deskriptif Gaya Hidup Sehat (Y)	73
Tabel 4. 11 Histogram Normalitas	75
Tabel 4. 12 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	77
<i>Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas</i>	<i>77</i>
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4. 16 Uji Validitas Variabel Konten Marketing (X)	80
Tabel 4. 17 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Sehat (Y)	81
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Kuesioner	82
Tabel 4. 23 Uji Koefisiensi Determinasi	83

Tabel 4. 21 Uji t	84
Tabel 4. 22 Uji F	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lampiran Kuesioner	96
Lampiran 1. 2 Lampiran Uji Validitas	99
Lampiran 1. 3 Uji Reliabilitas	101
Lampiran 1. 4 Uji Statistik Deskriptif.....	102
Lampiran 1. 5 Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran 1. 6 R Tabel	106
Lampiran 1. 7 T Tabel	107