

**ANALISIS BRAND AWARENESS DAN MINAT BELI
GENERASI Z PADA NOVEL SEPORSI MIE AYAM
SEBELUM MATI KARYA BRIAN KHRISNA
MELALUI KONTEN PROMOSI
DI TIKTOK**

TUGAS AKHIR

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



ADELA WAHYUNINGTYAS

1211003011

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Adela Wahyuningtyas

NIM 1211003011

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'A' and 'W' with a flourish at the end.

Tanggal : 13 Agustus 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Adela Wahyuningtyas

NIM :1211003011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Brand Awareness dan Minat Beli Generasi Z Pada Novel Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati Karya Brian Khrisna Melalui Konten Promosi di Tiktok

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial ,Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D

Pembahas 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M., Ph.D.,

Pembahas 2 :

The image shows two handwritten signatures in blue ink. The top signature is more complex and cursive, while the bottom signature is simpler and more stylized.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie dengan judul **“ANALISIS BRAND AWARENESS DAN MINAT BELI GENERASI Z PADA NOVEL *SEPORSI MIE AYAM SEBELUM MATI* KARYA BRIAN KHRISNA MELALUI KONTEN PROMOSI DI TIKTOK”** ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa, penyusunan Tugas Akhir ini mustahil terselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Dengan segala rahmat dan pertolongan-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Segala puji bagi-Mu Tuhan Semesta Alam.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M., Ph.D., Ibu Yanti, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus penguji pertama, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta masukan berharga dalam proses penyusunan penelitian ini.
3. Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D Selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar dalam meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian kepada penulis untuk senantiasa memberikan arahan, motivasi, serta masukan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena selalu bersedia membimbing penulis dengan sabar selama proses pengerjaan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Bapak dan Mama yang saya sayangi. Terima kasih kepada Bapak dan Mama yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Bagaimanapun keadaannya, penulis yakin Bapak dan Mama selalu memberikan doa kepada penulis agar bisa segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Terima kasih

kepada seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, yang telah berjasa dalam memberikan ilmu dan wawasan serta mengajarkan penulis banyak hal selama menjalani perkuliahan.

6. Kepada sahabat terdekat penulis, Popy Elvionita, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat berbagi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kehadiran dan segala dukungan yang diberikan kepada penulis.
7. Kepada sahabat terdekat penulis, Maisya Najla Khairunnisa dan Fany Dwi Lestari, yang selalu hadir memberikan semangat, menemani dalam berbagai proses, serta menjadi sosok yang dapat diandalkan selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kebersamaan yang
8. Kepada sahabat terdekat penulis, Marsha Adrina, Admonita Cinta, Andini Cintya, Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, hiburan, mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu bersedia bertukar cerita dan pikiran ketika penulis sedang merasa lelah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Kepada sahabat terdekat penulis, Dhea Anisa putri, Dea Zalfadilla, Nabila Salma, Nike, Annisa Oktaviana, Makbul Wahid Ramadhan, Jihan Sabira, Nadia Sagita, Kartar, Avengers 21, Teman – teman Teknik Sipil, Mayyasah, Three Musketeers Kemrewek yang telah menjadi sumber kebahagiaan dan hiburan di tengah proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas canda, tawa, kebersamaan, serta dukungan yang telah membuat setiap proses terasa lebih ringan dan menyenangkan.
10. Kepada pacar penulis, Dhefaryan Alifa Bara, terima kasih telah menjadi sosok yang selalu hadir dalam setiap proses yang penulis lalui. Terima kasih atas kesabaran, perhatian, dukungan, serta segala bentuk pengertian yang diberikan, terutama di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Terima kasih telah mendengarkan setiap keluh kesah, menemani setiap langkah, dan menjadi tempat penulis pulang ketika semuanya terasa berat. Kehadiranmu menjadi salah satu bagian berarti dalam perjalanan panjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan, menemani, dan percaya

bahwa penulis mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai.

11. Teman - teman Komunal 21. Terima kasih telah berjuang bersama dari tahun pertama kuliah online hingga saat ini menjadi mahasiswa akhir, terima kasih selalu memberikan warna dalam kehidupan penulis selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
12. Grindboys, khususnya Gofar Hilman, terima kasih telah menjadi salah satu teman penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir ini. Di tengah rasa lelah, jenuh, dan banyaknya tekanan, cerita, obrolan, serta candaan yang hadir melalui setiap episode sering kali berhasil menghibur dan mengembalikan semangat penulis. Terima kasih telah menemani banyak waktu panjang yang mungkin terasa sepi, dan tanpa disadari, menjadi bagian kecil yang membuat perjalanan menyelesaikan Tugas Akhir ini terasa lebih ringan dan menyenangkan.

Jakarta, 13 Agustus 2026



Adela Wahyuningtya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Adela Wahyuningtyas

NIM :1211003011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Brand Awareness dan Minat Beli Generasi Z pada Novel *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati* Karya Brian Khrisna melalui Konten Promosi di TikTok”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2026

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2026

Yang menyatakan



(Adela Wahyuningtyas)

Analisis Brand Awareness dan Minat Beli Generasi Z pada Novel *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati* Karya Brian Khrisna melalui Konten Promosi di TikTok

Adela Wahyuningtyas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis brand awareness dan minat beli Generasi Z pada novel *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati* karya Brian Khrisna melalui konten promosi di TikTok. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media sosial TikTok yang menjadi salah satu media bagi audiens untuk memperoleh informasi mengenai buku melalui konten review, kutipan, potongan cerita, rekomendasi, dan pengalaman pembaca. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan empat informan Generasi Z yang mengetahui, membeli, dan membaca novel *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati*, serta dua triangulator. Analisis brand awareness menggunakan konsep David A. Aaker (1991) yang terdiri atas *unaware of brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*. Sementara itu, minat beli dianalisis menggunakan *buyer-readiness stages* dari Kotler dan Armstrong (2012), yaitu *awareness*, *knowledge*, *liking*, *preference*, *conviction*, dan *purchase*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten promosi di TikTok menjadi salah satu sumber informasi yang membantu informan mengenal dan memperoleh informasi mengenai novel *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati*. Pada aspek brand awareness, informan menunjukkan kemampuan untuk mengenali dan mengingat judul maupun novel setelah memperoleh paparan konten di TikTok. Pengulangan kemunculan konten, banyaknya review, karakteristik judul, serta tema cerita yang dianggap dekat dengan kehidupan sehari-hari menjadi bagian dari pengalaman informan dalam mengenali dan mengingat novel tersebut. Pada aspek minat beli, respons informan berkembang dari mengetahui keberadaan novel, memperoleh informasi mengenai isi cerita, menunjukkan ketertarikan, memilih novel, memiliki keyakinan untuk membeli, hingga akhirnya melakukan pembelian. Seluruh informan dalam penelitian ini menyatakan telah membeli dan membaca novel tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa unsur cerita yang relatable, pengulangan kemunculan konten, serta penyampaian informasi melalui review, kutipan, dan bagian tertentu dari cerita menjadi bagian penting dalam pengalaman informan ketika mengenal, memahami, tertarik, hingga membeli novel. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan

adanya keterkaitan antara paparan konten promosi di TikTok, brand awareness, dan minat beli berdasarkan pengalaman informan, tanpa menyatakan bahwa TikTok menjadi satu-satunya faktor yang menyebabkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Brand Awareness, Minat Beli, Generasi Z, TikTok, Novel, Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori yang Relevan	12
2.1.1 Brand <i>Awereness</i>	12
2.1.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.3 Relevansi Brand Awareness pada Penelitian	14
2.2 Minat Beli.....	16
2.2.1 Pengertian Minat Beli.....	16
2.2.2 Indikator-Indikator Minat Beli Konsumen.....	16
2.2.3 Relevansi Minat Beli pada Penelitian	17
2.3 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	18
2.4 Model Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain dan Pendekatan.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30

3.3.1 Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	31
3.4 Analisis Data	32
3.4.1 Reduksi Data	32
3.4.2 Penyajian Data.....	33
3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	33
3.5 Triangulasi Data	33
3.6 Operasional Konsep	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	39
4.1.1 Studi Kasus Novel Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati Karya Brian Khrisna	42
4.1.2 Subjek Penelitian.....	43
4.1.3 Generasi Z Pembaca Buku Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati.....	43
4.1.4 Penulis Buku dan Kreator Konten TikTok.....	47
4.1.5 Reviewer Buku di Tiktok	48
4.2 Penyajian Data Hasil Wawancara	49
4.2.1 Brand Awareness Generasi Z pada Novel Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati melalui Konten Promosi di TikTok	49
4.2.2 Unaware of Brand	50
4.2.3 <i>Brand Recognition</i>	52
4.2.4 <i>Brand Recall</i>	56
4.2.5 <i>Top Of Mind</i>	60
4.2.6 Minat Beli Generasi Z pada Novel <i>Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati</i> melalui Konten Promosi di TikTok.....	62
4.2.7 <i>Awareness</i>	63
4.2.8 <i>Knowledge</i>	64
4.2.9 <i>Liking</i>	65
4.2.10 <i>Preference</i>	67
4.2.11 <i>Conviction</i>	68
4.2.12 <i>Purchase</i>	69
4.3 Pembahasan dan Diskusi	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Kendala dan Batasan	80

5.3	Saran dan Implikasi	81
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya	81
5.3.2	Rekomendasi untuk Institusi/Industri Pemasaran	82
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Presentase Aktivitas Membaca Buku Berdasarkan Generasi menurut survei Jakpat	1
Gambar 1.2	Media Sosial yang paling banyak diakses di Indonesia menurut (APJII)	7
Gambar 1.3	Promosi Brian Khrisna melalui Tiktok	10
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1	Konten Promosi Buku Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati di Tiktok.....	40
Gambar 4.2	Profil Informan Admonita Puteri Mulyadi	44
Gambar 4.3	Profil Informan Maisya Najla Khairunnisa	45
Gambar 4.4	Profil Informan Iqbal Syahputra	46
Gambar 4.5	Profil Informan Arief Pratama	47
Gambar 4.6	Profil Triangulator Firdhani Zihan	48
Gambar 4.7	Profil Triangulator Khairunnisa Azzahra	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel 3.1 Operasional Konsep	36