

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF : PENGARUH *CONTENT*
MARKETING DALAM PERUBAHAN POLA PIKIR
KONSUMEN *ZOZOLAB PODCAST***

TUGAS AKHIR



ABIGAIL MELURITA

1201913027

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2022

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF : PENGARUH *CONTENT*
MARKETING DALAM PERUBAHAN POLA PIKIR
KONSUMEN ZUZOLAB *PODCAST***

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



ABIGAIL MELURITA

1201913027

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2022

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 : Abigail Melurita

NIM 1201913027

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abigail', with a horizontal line underneath.

Tanggal : 4 Februari 2022


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :


Nama : Abigail Melurita
NIM : 1201913027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF :
PENGARUH CONTENT MARKETING
DALAM PERUBAHAN POLA PIKIR
KONSUMEN ZOZOLAB PODCAST

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 1 : Ngurah Rangga Wiwesa, S.I.Kom., M.Si, CICS ()

Pembimbing 2 : -

Penguji 1 : Prof. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. ()

Penguji 2 : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Kebaikan Tuhan Yesus dalam hidup penulis, tidak pernah ada habisnya. Dia selalu menolong, memampukan dan memberkati dalam segala hal. Dengan selesainya penelitian Tugas Akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul “Studi Deskriptif Kuantitatif : Pengaruh *Content Marketing* Dalam Perubahan Pola Pikir Konsumen *Zozolab Podcast*”, penulis semakin bersyukur karena Tuhan senantiasa bekerja dalam hidup. Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah bentuk pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulisan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Ir.Soligaon Samosir dan Ibu Melfa Siagian sebagai orang tua yang selalu membantu dan memberi dukungan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Univeritas Bakrie.
4. Bapak Ngurah Rangga Wiwesa, S.I.Kom., M.Si, CICS sebagai pembimbing tugas akhir yang telah membantu, membimbing, dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam penyusunan tugas akhir.
5. Ibu Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si., Dr. sebagai pembahas pada sidang seminar proposal yang telah membantu dan memberikan masukan dalam penyusunan tugas akhir penulis.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh

pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sehingga penulis dapat mencapai tahap penyusunan tugas akhir.

7. Bang Roy Simangunsong, kak Imam Darto, kak Angga Nggok, kak Ananda Omesh, dan kak Surya Insomnia sebagai *founder* dan *co-founder* dari Podkesmas Asia yang sudah memperbolehkan penulis untuk meneliti salah satu *podcast* dari perusahaan tersebut dan memberi masukan terhadap judul dan teori untuk tugas akhir ini.
8. Seluruh karyawan dari Podkesmas Asia, terutama Dwiky Ananda, Gibran Gumilang, Achmad Reza, Ahmad Rifky, Fadhel Irzadhin yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir.
9. Aisyah Berlianawati, Danurifqi Pramulia, Lian Listiyani, dan Clayton David Junior sebagai teman satu bimbingan penulis yang telah memberi dukungan dan saling menguatkan dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Keluarga besar Opung Abigail Samosir dan keluarga besar Opung Rommel Siagian, khususnya Om dan Tante penulis, Bosman Marusaha Manurung, Monika Dorli Siagian, Diana Herawati Siagian yang selalu mendukung, membantu dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabat-sahabat terdekat penulis, Cahyaningtiyas, Muhammad Alfian Aulia, Nabila Athiya, yang selalu mengisi hari-hari penulis dengan suka duka sejak 2017 hingga penulis bisa berada di tahap ini.
12. Rekan Kelas Karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2020 yang telah berjuang bersama selama tiga semester di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, terutama Intan Nur Shabrina, Dawang Kristanto, dan Shadela Bachsin yang selalu menjadi rekan sekelompok peneliti sejak semester 1.
13. Seluruh responden dalam penelitian ini yang sudah meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner dari penulis.

Seluruh pihak yang sudah mau membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis menyadari bahwa

tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan, oleh karenanya penulis ingin memohon maaf sebesar-besarnya atas kealahan tersebut. Semoga tugas akhir dalam bentuk skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca. Segala kritik dan saran yang membangun juga sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan tugas akhir ini.

Jakarta, 4 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abigail Melurita', with a horizontal line underneath.

Abigail Melurita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Abigail Melurita
NIM : 1201913027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
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 Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Studi Deskriptif Kuantitatif : Pengaruh *Content Marketing* Dalam Perubahan Pola Pikir Konsumen *Zozolab Podcast*”

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 : 4 Februari 2022

Yang menyatakan



(Abigail Melurita)

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF : PENGARUH *CONTENT*
MARKETING DALAM PERUBAHAN POLA PIKIR KONSUMEN
*ZOZOLAB PODCAST***

Abigail Melurita

ABSTRAK

Di tengah perkembangan *platform* digital yang dijadikan medium untuk berkomunikasi, hal terpenting yang harus menjadi perhatian ialah formulasi konten yang disampaikan dalam berbagai *platform* kepada audiens. Pesan merupakan hal terpenting dalam mempromosikan sebuah *brand* kepada konsumen dan disebut sebagai *content marketing* atau pemasaran konten. Seluruh *brand* memerlukan *content marketing* untuk mempromosikan *brand* tersebut, begitu juga dengan *podcast*. Salah satu *podcast* yang menggunakan *content marketing* untuk promosinya ialah *ZoZolab podcast* yang memiliki tujuan untuk membantu pendengar menyelesaikan masalah pribadinya. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *content marketing* dalam perubahan pola pikir konsumen *zozolab podcast* dengan menggunakan deskriptif kuantitatif menyebarkan kuesioner kepada 153 responden yang berusia 23-27 tahun. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah *content marketing* dan perilaku konsumen. Pendekatan yang digunakan ialah kuantitatif dengan teknik analisa deskriptif, analisis regresi linear dan korelasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* memiliki pengaruh signifikan sebesar 73,2% terhadap perubahan pola pikir dan dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 26,8%.

Kata kunci : *Content marketing*, perilaku konsumen, perubahan pola pikir, *ZoZolab podcast*

**QUANTITATIVE DESCRIPTION STUDY :THE INFLUENCE OF
CONTENT MARKETING IN CONSUMER MINDSET OF ZOZOLAB
PODCAST**

Abigail Melurita

ABSTRACT

In the midst of the development platforms that are used as a medium for communication, the most important thing to pay attention to is the formulation of content delivered on various platforms to the audience. The message is the most important thing in promoting a brand to consumers and is referred to as content marketing or content marketing. All brands need content marketing to promote brand , so do podcasts. One of the podcasts that uses content marketing for its promotion is ZoZolab podcast which aims to help listeners solve their personal problems. Therefore, this study aims to find out the influence of content marketing in changing the mindset of Zozolab podcast by distributing questionnaires to 153 respondents aged 23-27 years. The theory used in this research is content marketing and consumer behavior. The approach used is quantitative with descriptive analysis techniques, linear regression analysis and correlational. The results showed that content marketing has a significant effect of 73.2% on changes in mindset and is influenced by other factors of 26.8%.

Keywords: Content marketing, consumer behavior, mindset change, ZoZolab podcast

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Yang Relevan.....	8
2.1.1 Content Marketing.....	8
2.1.2 Customer Behaviour	15
2.1.3 Perilaku Konsumsi Media	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	19
2.3 Model Kerangka Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain dan Pendekatan	28
3.2 Populasi dan Sampling	29

3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampling	29
3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran	30
3.3.1	Sumber Data	30
3.3.1.1	Data Primer.....	31
3.3.1.2	Data Sekunder	31
3.3.2	Pengukuran	31
3.4	Analisis Data	32
3.4.1	Analisis Korelasional.....	32
3.5	Validasi Data.....	33
3.5.1	Uji Normalitas	33
3.5.2	Uji Validitas.....	33
3.5.3	Uji Reliabilitas	34
3.5.4	Uji Regresi Linear Sederhana	34
3.5.5	Uji T Parsial.....	35
3.5.6	Uji Determinasi.....	35
3.6	Operasionalisasi Variabel	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 42

4.1	Gambaran Konteks Penelitian	42
4.1.1	Profil Zozolab Podcast.....	42
4.1.2	Profil Pendengar Zozolab Podcast.....	44
4.2	Penyajian Data	45
4.2.1	Karakteristik Responden.....	45
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing (X).....	47
4.2.3	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Perubahan Pola Pikir Konsumen (Y)	55
4.2.4	Analisis Korelasional.....	59
4.2.5	Uji Instrument Penelitian	60
4.2.5.1	Hasil Uji Validitas	60
4.2.5.2	Hasil Uji Reliabilitas	66
4.2.4.4	Hasil Uji Normalitas	67

4.2.6	Uji Hipotesis	68
4.2.6.1	Uji F (Stimulan).....	70
4.2.6.2	Uji T Parsial.....	70
4.2.6.3	Uji Determinasi	71
4.3	Pembahasan dan Diskusi	72
BAB V SARAN DAN IMPLIKASI		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Kendala dan Keterbatasan	76
5.2.1	Kendala	76
5.2.2	Keterbatasan	76
5.3	Saran dan Implikasi	76
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya	76
5.3.2	Saran Untuk Industri	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo podkesmas Asia Network	1
Gambar 1.2 Logo Podkesmas.....	2
Gambar 1.3 Grafik Pendengar Podcast di Indonesia Berdasarkan Usia	3
Gambar 1.4 dan 1.5 Tangkapan Layar Cover Episode Zozolab.....	4
Gambar 2.1 Artwork Season 1 Zozolab Podcast.....	10
Gambar 2.2 Artwork Season 2 Zozolab Podcast.....	11
Gambar 2.3 Grafik Pendengar Zozolab Podcast Last 90 Days	12
Gambar 2.4 Artwork Season 3 Zozolab Podcast.....	12
Gambar 2.5 dan 2.6 Question Box	13
Gambar 2.7 Respon Question Box	14
Gambar 2.8 dan 2.9 Weekly Quotes Zozolab Podcast	14
Gambar 2.10 Grafik Pendengar Zozolab Podcast Last 7 Days	15
Gambar 2.11 Tampilan Zozolab di Spotify	18
Gambar 4.1 Logo Zozolab Podcast	42
Gambar 4.2 dan 4.3 Foto Podcaster Zozolab	42
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Profile Instagram Podcaster Zozolab.....	43
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Profile Instagram Podcaster Zozolab.....	43
Gambar 4.6 Jenis Kelamin Responden	45
Gambar 4.7 Usia Responden.....	46
Gambar 4.8 Status Responden	46
Gambar 4.9 Hasil Korelasional Pearson	59
Gambar 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	66
Gambar 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	67
Gambar 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	69
Gambar 4.14 Hasil Uji F	70
Gambar 4.15 Hasil Uji T Parsial	71

Gambar 4.16 Hasil Uji Determinasi.....71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2 Kerangka Hipotesis	26
Tabel 3.1 Kriteria Populasi.....	29
Tabel 3.2 Tingkat Korelasi.....	33
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel X.....	36
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Y	39
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing (X)	47
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi Shareable.....	48
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi Useful or Fun	49
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi Interesting	51
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi Relevant	52
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi Different.....	53
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Content Marketing Dimensi On Brand.....	54
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Perubahan Pola Pikir Konsumen Dimensi Customer Satisfaction.....	55
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Perubahan Pola Pikir Konsumen Dimensi Customer Decision	57
Tabel 4.10 Hasil Korelasi Pearson	60
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel X.....	61
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Y	64
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel X (Content Marketing).....	66
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Y (Perubahan Pola Pikir Konsumen)	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Hasil Analisis Uji F dan Analisis Regresi Linear Sederhana	90
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	92
Lampiran 5 Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah	93
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	94