

**PENGARUH KARAKTERISTIK PESAN INSTAGRAM TERHADAP  
*BRAND IMAGE* PT MUSTIKA Ratu TBK**

**SKRIPSI**

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



**M JASSIM AL FAYENDRA**

**1211913032**

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

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : M Jassim Al Fayendra

NIM : 1211913032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Pesan Instagram Terhadap *Brand Image* PT Mustika Ratu Tbk

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Dan jika di kemudian hari terbukti ada kesalahan dan atau plagiat, maka saya bersedia untuk menanggung semua konsekuensi, termasuk dibatalkannya kelulusan saya.

Jakarta, 31 Januari 2023



M Jassim Al Fayendra

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : M Jassim Al Fayendra  
NIM : 1211913032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Pesan Instagram Terhadap *Brand Image* PT Mustika Ratu Tbk

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Kussusanti, M.Si., CDM.



Penguji 1 : Dr. Nina Widyawati, M.Si



Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Februari 2023

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa bahagia dan penuh berkat karena diberikan karunia oleh Nya dimana tugas akhir ini telah selesai secara efektif dan baik, riset ini ditulis dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Pesan Instagram Terhadap *Brand Image* PT Mustika Ratu Tbk”**. Lebih lanjut penulis juga berterima kasih kepada banyak pihak dalam penyelesaian tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Kpmunikasi Universitas Bakrie
2. Ibu Dr. Kussuanti, M.Si.,CDM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama pembuatan skripsi.
3. Ibu Dr. Nina Widyawati, M.Si selaku dosen penguji yang telah membantu dan menguji penulis pada saat seminar proposal dan sidang proposal.
4. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. Selaku dosen penguji yang telah memberi banyak masukan pada saat siding skripsi.
5. Orangtua penulis yakni bapak Bachtiar dan ibu Yustina serta kakak penulis yakni Futi. Yang selalu mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis dalam Menyusun proposal skripsi ini.
6. Sahabat- sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, selalu menemani dan banyak membantu selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh mahasiswa/i kelas karyawan Universitas Bakrie kelas 1A yang sudah menjadi teman selama masa perkuliahan.

Lebih lanjut penulis berharap adanya kritik serta masukan dari pembaca tugas akhir ini guna meningkatkan kualitas penulisan tugas akhir ini secara lebih baik lagi.

Jakarta, 31 Januari 2023

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : M Jassim Al Fayendra

NIM : 1211913032

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:

### **Pengaruh Karakteristik Pesan Instagram Terhadap *Brand Image* PT Mustika Ratu Tbk**

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 : 17 Februari 2023

Yang menyatakan



M Jassim Al Fayendra

**M Jassim Al Fayendra**

**1211913032**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PESAN INSTAGRAM TERHADAP  
BRAND IMAGE PT MUSTIKA RATU TBK**

xii halaman + 60 halaman + 2 Lampiran + 22 Referensi

**ABSTRAK**

Perkembangan di bidang teknologi dan informasi yang dinamis di era digital ini telah merubah perilaku komunikasi salah satunya dengan hadirnya sosial media sebagai media interaksi komunikasi secara praktis, cepat, efisien dan efektif. Beragam bentuk sosial media yang hadir di era digital saat ini antara lain berupa Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, Pinterest serta beragam *platform* sosial media lainnya dengan ragam keunggulan kompetitif masing-masing *platform* yang khas. Selanjutnya industri atau perusahaan saat ini mempromosikan produknya tidak hanya melalui media komunikasi massa tradisional seperti televisi dan radio namun juga melalui sosial media misal industri kosmetik dengan brand Mustika Ratu yang menawarkan produk kosmetik kepada kaum hawa guna meningkatkan dan memperkuat *brand image* Mustika Ratu tersebut. Adapun permasalahan dan tujuan riset ini memfokuskan pada analisa karakteristik pesan Instagram Mustika Ratu pada *brand image* PT Mustika Ratu Tbk. Dimana riset ini dilakukan secara metode kuantitatif dengan teknik analisa data secara statistik deskriptif melalui software SPSS. Hasil riset menunjukkan bahwa variabel bebas riset yakni karakteristik pesan mempunyai pengaruh signifikan pada variabel terikat riset yaitu *brand image*, dimana secara uji t dan uji F sudah signifikan. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh ialah yakni 0,507. Adapun hal ini menjelaskan bahwa besar persentase variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yakni 50,7%, sedangkan sisa sebesar 49,3% dijelaskan dari variabel lain.

Kata Kunci: Karakteristik Pesan, *Brand Image*, Sosial Media, Instagram

**M Jassim Al Fayendra**

**1211913032**

**THE EFFECT OF INSTAGRAM CHARACTERISTIC MESSAGE TO  
BRAND IMAGE PT MUSTIKA RATU TBK**

xii Pages + 60 Pages + 2 Enclosed + 22 References

***ABSTRACT***

*The development in technology and information which dynamics in digital era has changed communication behaviour such as the appearance social media as a tool for media communication interaction which is practice, fast, efficient and effective. The social media that appears in this digital era such as Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Linkedin and other application social media with their unique competitive advantages. Moreover, industry or company at this moment promote their products not only with their media communication such as traditional mass media likes television and radio but also through social media such cosmetic industry with brand Mustika Ratu that promote its product to women in order to enhance and strengthen their brand image Mustika Ratu itself. This research has aim and research problem to focus on the analysis of characteristic messages on Instagram Mustika Ratu to brand image of PT Mustika Ratu Tbk. The research is conducted with quantitative method with data analytics through statistic descriptive such as software SPSS. The results of the research showed that independent variable which is characteristic messages has significantly affected to dependent variable which is brand image, where t stat and F stat have significant results. The number coefficient determination that calculated is 0,507 which explained that independent variable (X) could explain dependent variable (Y) which is 50,7%, and the remaining of 49,3% will be explained by other variables.*

*Keywords: Characteristic Messages, Brand Image, Media Social, Instagram*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Teori yang Relevan.....	10
2.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 Iklan .....	12
2.1.4 Karakteristik Pesan .....	14
2.1.5 <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.6 Digital Marketing.....	17
2.1.7 Instagram .....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis .....	19
2.3 Kerangka Model Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Populasi dan Sampling.....	26
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	28
3.4 Metode Analisis Data.....	33
3.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	33



3.4.2 Uji Hipotesis .....	35
3.4.3 Uji Koefisien Determinasi .....	36
3.4.4 Validasi Data.....	36
3.5 Model Penelitian .....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1 Profil Responden.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	40
4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	41
4.2.1 Karakteristik Pesan .....	41
4.2.2 <i>Brand Image</i> .....	42
4.3 Metode Penelitian .....	43
4.3.1 Uji Validitas.....	43
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	45
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.4.1 Uji Normalitas.....	47
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	48
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	48
4.5 Uji Regresi .....	50
4.5.1 Uji T.....	50
4.5.2 Uji F.....	51
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
4.6 Pembahasan Penelitian .....	53
4.6.1 Karakteristik Pesan Terhadap <i>Brand Image</i> .....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3 Saran dan Implikasi .....	57
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	57
5.3.2 Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek.....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Mustika Ratu .....	5
Gambar 1.2 Instagram Mustika Ratu .....	6
Gambar 1.3 Instagram Mustika Ratu .....	7
Gambar 2.1 Model Riset .....	25
Gambar 4.1 P-Plot Uji Normalitas .....	49
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden terhadap Variabel X <sub>1</sub> .....	42
Tabel 4.4 Deskripsi Responden terhadap Variabel Y.....	43
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X <sub>1</sub> .....	45
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y.....	46
Tabel 4.7 Reliabilitas Karakteristik Pesan .....	47
Tabel 4.8 Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji T .....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji F .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian .....	64
Hasil Uji SPSS .....	68