

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

**Skripsi, Juli 2022**

**Frida Adzanni Syalsabilla 2018140116**

**PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS* BLP  
BEAUTY**

+ 136 Halaman + 4 Gambar + 54 tabel + Lampiran

**ABSTRAK**

Kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial @blpbeauty yang dilakukan secara konsisten setiap harinya mengajak konsumen berinteraksi lebih dekat dan membangun kesadaran merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Instagram @blpbeauty, *Brand awareness* Blp Beauty, seberapa besar Pengaruh Instagram terhadap *brand awareness* Blp Beauty. Teori yang digunakan yaitu Instagram, *Brand Awareness*. Komponen Instagram yang diteliti dalam ini adalah *hashtag*, lokasi, *follow*, *share*, *like*, komentar, *mention*. Sedangkan komponen *brand awareness* yang diteliti adalah *recall*, *recognition*, *purchase*, *consumption*. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada 95 responden pada *followers* akun Instagram @blpbeauty. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Random Sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk mendapatkan perhitungan yang akurat. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh dimensi Instagram pada *followers* akun Instagram @blpbeauty mayoritas responden menjawab (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan, Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Instagram (X) sebesar 3,35. Sedangkan pada dimensi *brand awareness* produk blp beauty mayoritas responden menjawab cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan, Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel *brand awareness* (Y) sebesar 3,35. Berdasarkan hasil perhitungan pada Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand awareness* dengan nilai t-hitung  $11,787 > t\text{-tabel } 1,661$ . Dengan nilai  $r\text{ square } 0,599$  atau 59,9%, maka menunjukkan Instagram berpengaruh terhadap *brand awareness* sementara sisanya yaitu 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

**Kata Kunci : Media Sosial, *Brand Awareness*, Instagram**

**Referensi : 14 Buku, 9 Jurnal, dan 5 Website**

**Dosen Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom, M.I.Kom.**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES COMMUNICATIONS  
STUDY PROGRAM ADVERTISING CONCENTRATION**

**Skripsi, July 2022**

**Frida Adzanni Syalsabilla 2018140116**

**INSTAGRAM'S EFFECT ON BRAND AWARENESS BLP BEAUTY**

+ 136 Page + 4 Picture + 54 Table + Attachment

**ABSTRACT**

*Marketing communication activities through social media @blpbeauty that are carried out consistently every day invite consumers to interact more closely and build brand awareness. This study aims to measure Instagram @blpbeauty, BLP Beauty's brand awareness, how much influence Instagram has on BLP Beauty's brand awareness. The theory used is Instagram, Brand Awareness. The Instagram components studied in this study are hashtags, location, follow, share, like, comment, mention. While the brand awareness components studied are recall, recognition, purchase, consumption. The approach in this research is quantitative with survey method. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires given to 95 respondents on followers of the @blpbeauty Instagram account. Sampling using Random Sampling Technique. The collected data is then processed using SPSS version 26 to get an accurate calculation. Based on the results of data analysis, it was obtained that the Instagram dimension on the followers of the Instagram account @blpbeauty, the majority of respondents answered (agree) to the entire statement submitted. This can be seen from the average value of respondents' answers on the Instagram Influence variable (X) of 3.35. While on the dimension of brand awareness of BLP Beauty products, the majority of respondents answered quite high (agree) from the entire statement. This can be seen from the average value of respondents' answers on the brand awareness variable (Y) of 3.35. Based on the calculation results, Instagram has a significant effect on brand awareness with a t-count value of 11.787 > t-table 1.661. With an r square value of 0.599 or 59.9%, it shows that Instagram has an effect on brand awareness while the remaining 40.1% is influenced by other factors outside the research variables.*

**Keywords : Social Media, Brand Awareness, Instagram**

**References : 14 Books, 9 Journals, 5 Website**

**Supervisor : Jamiati KN, S.I.Kom, M.I.Kom.**