

**PENGARUH INSTAGRAM QUIPPER PADA BRAND AMBASSADOR
TISSA BIANI TERHADAP MINAT BELAJAR KELAS 11
(Survei Pada Siswa IPA IPS Kelas 11 SMAN 6 Tambun Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
JAKARTA
2023**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (skripsi) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di universitas satya negara indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 2023

Yang Membuat Pernyataan,



(Delvita Meliala)

051703503125174

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Delvita Meliala
NIM : 051703503125174
JUDUL : Pengaruh Instagram Quipper Pada Brand Ambassador Tissa Biani Terhadap Minat Belajar Siswa Kelas 11 (Survei Pada Siswa IPA IPS Kelas 11 SMAN 6 Tambun Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 7 Februari 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M.Ikom)

(Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan Fisip

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Delvita Meliala
NIM : 051703503125174
JUDUL : Pengaruh Instagram Quipper Pada Brand Ambassador Tissa Biani Terhadap Minat Belajar Siswa Kelas 11 (Survei Pada Siswa IPA IPS Kelas 11 SMAN 6 Tambun Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas

Jakarta, 7 Februari 2023

Menyetujui

Ketua Penguji : Fitri Sarasati M, S.Ikom., M.Sc (.....)
Anggota Penguji I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.Ikom (.....)
Anggota Penguji II : Drs. Solten Rajagukguk, MM (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM/HI

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“PENGARUH INSTAGRAM QUIPPER PADA BRAND AMBASSADOR TISSA BIANI TERHADAP MINAT BELAJAR KELAS 11”**

Penulis membuat proposal skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi dari universitas satya negara indonesia.

Dalam kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Ir. Johnner Sitompul, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia (USNI)
2. Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Drs. Solten Rajagukguk, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia (FISIPUSNI)
4. Fitri Sarasati, S.Ikom., M.Sc selaku dosen pembimbing I penelitian yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini dengan penuh kesabaran tanpa lelah mengenal waktu baik siang maupun malam sehingga penulis dapat mengerti dan memahami materi dengan baik dan dapat menyusun skripsi ini.
5. Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M,Ikom selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh Staf dan Dosen Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi selama melakukan studi.
8. Hardi dan poro yang selalu memberi masukan, semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis.

9. Tuhan yesus yang selalu memberi sumber pengetahuan utama, sumber inspirasi, sumber kekuatan. Dan memberikan kasih dalam penulisan masa studi sampai skripsi.
10. Teman-teman yang selalu memberi support dan semangat dalam penulisan ini.

Penulis menyadari, bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, maka kritik dan saran membangun penulis harapkan dari berbagai pihak demi kesempurnaan substansi skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.



FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Delvita Meliala

NIM : 051703503125174

JUDUL : Pengaruh Instagram Quipper Pada Brand Ambassador Tissa Biani Terhadap minat belajar kelas 11 (Survei Pada Siswa IPA IPS Kelas 11 SMAN 6 Tambun Selatan)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jumlah Halaman : xv+ 81 Halaman+ 10 Lampiran

Bibliografi : 12 buku , Jurnal 8, Blog/Internet 3

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi karena peminat Quipper sebagai bimbel online masih sedikit siswa yang menggunakan. Dengan menggunakan Tissa Biani sebagai Brand Ambassador mampu menarik perhatian siswa.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yang menunjukkan reaksi-aksi pada unsur pesan, stimulus dan reaksi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan Paradigma positivistik. Metode yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data dengan *probability sampling* mengguakan rumus Slovin dengan hasil sampel berjumlah 80 responden siswa kelas 11.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Brand Ambassador berpengaruh sebesar 50,3% terhadap Minat Beli, sementara sisanya 49,7% berupa kontribusi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan saran teoritis dan praktis, agar pihak Quipper mampu lebih banyak menarik siswa melalui Brand Ambassador untuk menggunakan aplikasi Quiiper.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Minat Belajar

Pembimbing I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.

Pembimbii II : Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M,Ikom

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Delvita Meliala
ID Number : 051703503125174
TITLE : *The Influence of Quipper's Instagram on Brand Ambassador Tissa Biani On 11th grade learning interest (Survey of Grade 11 Science and Social Science Students at SMAN 6 Tambun Selatan)*
STUDY PROGRAM : *Communication Science*
SPECIALTY : *Public Relations*
Number of pages : *xv+ 81 pages+ 10 lampiran*
BibliographY : *12 Books, Journals 8, Blog/Internet 3*

ABSTRACT

This research is in the background because there are still few students who use Quipper as an online tutor. By using Tissa Biani as a Brand Ambassador, it is able to attract students' attention.

The theory used in this study is the S-O-R theory which shows actions on elements of messages, stimuli and reactions.

In this study, the authors used a quantitative approach, with a positivistic paradigm. The method used is the survey method. Data collection by probability sampling used the Slovin formula with a sample of 80 respondents of grade 11 students.

The results of this study prove that Brand Ambassadors have an effect of 50.3% on Buying Interest, while the remaining 49.7% is in the form of the contribution of other factors that were not studied in this study.

From the results of the research and conclusions, the author provides theoretical and practical suggestions, so that Quipper is able to attract more students through Brand Ambassadors to use the Quiiper application.

Instagram.Keywords: Brand Ambassador, interest in learning

Supervisor I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.

Supervisor II : Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M,Ikom

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.1.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.1.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis	13
2.1.1 Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response).....	13
2.2. Landasan Konseptual	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.2 Media Sosial.....	18
2.2.3 Instagram.....	20
2.2.4 Brand Ambassador	21
2.2.5 Tissa Biani.....	25
2.2.6 Minat Belajar.....	26
2.2.7 Siswa	28
2.2.8 Aplikasi Quipper	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.2. Desain Penelitian.....	33
3.2.1. Paradigma Penelitian.....	33
3.2.2. Pendekatan Penelitian	34
3.2.3. Metode Penelitian	34
3.2.4. Sifat Penelitian	35
3.3. Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi.....	35

3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4 Operasionalisasi Variabel	37
3.4.1 Operasional Variabel.....	39
3.5.1 Validitas	40
3.5.2 Reliabilitas	43
3.6. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Pengumpulan Data	46
3.7. Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Uji Regresi Sederhana.....	47
3.7.2 Uji kolerasi.....	48
3.7.3 Uji Koefisin Determinasi	50
3.8. Uji Hipotesis Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	53
4.2.3 Analisa Indeks Tanggapan Responden Variabel (X).....	54
4.2.4 Analisa Indeks Tanggapan Responden Variabel Minat Belajar (Y).....	64
4.2.5 Analisa Regresi Linear Sederhana	74
4.3 Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Teoritis	83
5.2.2 Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan dan Rating Aplikasi Bimbel Online di play store.....	5
Tabel 1. 2 Harga paket Ruangguru, Zenius dan Quipper	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel (X).....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y).....	42
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas.....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X).....	45
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	45
Tabel 3.7 Skala Likert Variable X Dan Y.....	46
Tabel 3. 8 Skala Likert Variable X Dan Y.....	46
Tabel 3.9 Tingkat Kolerasi Dan Kekuatan Hubungan	49
Tabel 4.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	53
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas: Tissa Biani terkenal karena prestasinya sebagai aktris (pemain film)	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas: Tissa Biani cocok menjadi Brand Ambassador Quipper dikalangan remaja.....	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas: Saya melihat postingan instagram @quipper_id saya berkeinginan untuk berlangganan aplikasi quipper.....	56

Tabel 4. 6Tanggapan Responden Atas: saya sudah mengetahui sosok tissa biani sebelum menjadi brand ambassador quipper	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas: tissa biani aktris yang memiliki perilaku yang baik (berperilaku positif, tidak terjerat kasus negative, dan berpola pikir modern).....	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Atas: tissa biani sebagai brand ambassador mampu memberikan informasi tentang produk dan promo secara baik.....	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Atas: ketika melihat tissa biani timbul keinginan mengikuti apa yang dilakukan tissa biani	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Atas: tissa biani memiliki pengaruh positif bagi keputusan saya memilih quiper	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Atas: prestasi yang dimiliki tissa biani membuat kalangan remaja banyak mengenalnya	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Atas: tissa biani merupakan sosok yang ceria dan ramah	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Atas: aplikasi quipper memudahkan saya dalam kegiatan belajar.....	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Atas: informasi yang saya akses di aplikasi quipper sudah cukup lengkap dan jelas.....	65
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Atas: saya merasa tidak ada kendala dalam menggunakan aplikasi quipper.....	66
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Atas: saya lebih konsentrasi dalam belajar karena menggunakan aplikasi quipper	67

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Atas: penggunaan aplikasi quipper dalam kegiatan pembelajaran membuat saya menjadi lebih aktif.....	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Atas: manfaat penggunaan aplikasi quipper dapat saya rasakan.....	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Atas: saya lebih termotivasi dalam mengulang pembelajaran jika belajar menggunakan aplikasi quipper.....	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Atas: materi dan soal latihan dalam aplikasi quipper lebih variatif sehingga tidak membosankan.....	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Atas: aplikasi quipper meningkatkan hasil belajar saya di sekolah	72
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Atas: adanya penggunaan aplikasi quipper membantu saya belajar mandiri.....	73
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	74
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Korelasi	75
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 4.26 Hasil Uji T.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 11 Pengguna internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Eksistensi bimbel online.....	8
Gambar 2.1 Model Komunikasi S-O-R	14
Gambar 2.2 Instagram Quipper.....	20
Gambar 2.3 Artis Tissa Biani.....	25
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	31

