

**PENGARUH DESAIN MEREK
TERHADAP TINGKAT *BRAND AWARENESS*
PADA *SOCIAL MEDIA MARKETING*
FOLLOWERS CRSL**

(Studi Mengenai Tingkat Ketertarikan *Followers* Terhadap Pengaruh
Desain Merek CRSL)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah
satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-I dalam Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun Oleh :

DEBORA PRAMITHA SARI

17.M1.0041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DESAIN MEREK TERHADAP TINGKAT *BRAND AWARENESS*
PADA *SOCIAL MEDIA FOLLOWERS* CRSL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-I dalam Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

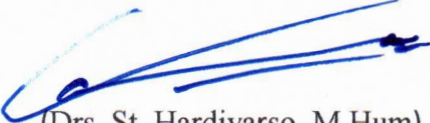
Debora Pramitha Sari
17.M1.0041

Semarang, 11 November 2021

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua


(Drs. St. Hardiyarso, M.Hum)

NPP: 058.1.1993.139


(Abraham Wahyu N. S.I.Kom., M.A)

NPP:058.1.2016.305

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

Pengaruh Desain Merek Terhadap Tingkat *Brand Awareness* Pada *Social Media Marketing Followers* CRSL

Disusun oleh :

Nama : **Debora Pramitha Sari**

NIM : **17.M1.0041**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 24 November 2021

Dosen Penguji :

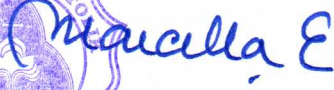
1 Drs. St. Hardiyarso, M.Hum

2 Abraham Wahyu N. S.I.Kom., M.A

3 Rotumiar Pasaribu S.S., M.I.Kom

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
10 Januari 2022


(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum)
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

Pengaruh Desain Merek Terhadap Tingkat *Brand Awareness* Pada *Social Media Followers* CRSL

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggung jawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 24/11/2021

A handwritten signature in black ink is written over a red rectangular stamp. The stamp contains the text "UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA" and "FACULTY OF EDUCATION".

(Debora Pramitha Sari)

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Debora Pramitha Sari

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Desain Merek Terhadap Tingkat *Brand Awareness* Pada *Social Media Followers* CRSL”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 20 Januari 2022

Yang menyatakan



Debora Pramitha Sari

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih penulis haturkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Merek Terhadap Tingkat *Brand Awareness* Pada *Social Media Followers* CRSL” sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Hukum dan Komunikasi.

Sebagai seorang manusia, penulis sadar bahwa dalam penyusunan Skripsi ini penulis pasti masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu penulis memohon kepada pembaca sekalian sekiranya berkenan memberikan kritik maupun saran yang bersifat membangun agar dapat menjadi dorongan positif dan berguna untuk penulis. Tanpa bantuan dari semua pihak yang bersangkutan penulis yakin tidak dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

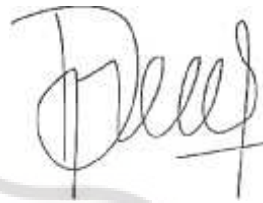
1. Tuhan YME atas segala perlindungan, kelancaran, dan berkah yang diberikan terhadap saya tiada hentinya.
2. Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Dr. Marcella Elwina S., SH., CN., M.Hum.
3. Drs. St. Hardiyaso, M.Hum. selaku dosen pembimbing pertama sekaligus Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan telah meluangkan waktu untuk membantu penulisan menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Abraham Wahyu N. S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing kedua sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan telah meluangkan waktu untuk membantu penulisan menyelesaikan laporan skripsi ini.

5. Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S.,M.I.Kom selaku penguji saya yang telah memberikan banyak masukan pada laporan skripsi saya.
6. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmunya selama ini sehingga mendukung penulis dalam penyelesaian laporan skripsi.
7. Kedua orang tuaku tersayang Bapak Djoko Waluyo dan Ibu Indah Kristiani, adik-adikku Mikhael Beltzasar dan Natan Christian serta keluarga besar yang tiada hentinya mendoakan penulis serta telah memberikan dukungan materil maupun spiritual serta doa-doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman dekat saya Ifa Cahya dan Kakak saya Priskilla Eva serta keponakan saya sekaligus penyemangat saya Elina Ayu Naladipa yang tidak hentinya selalu memberi *support*.
9. Teman-teman dekat SMK saya Eva Pipit, Prista Inu, Bella Syafira, Tia Nur, Ilham Adhitya, dan Lilik Nuryanto yang selalu memberi dukungan terhadap saya.
10. Teman-teman dekat kuliah saya Anastashia Sherina, Elizabeth Evelyn, Mechtildis Olivia, Henny Dayani, Nita Sheila, Bagus Prakoso, Putra Adji, dan Dimas Rahmadani yang selalu membantu dan memberi dukungan terhadap saya.
11. Teman-teman Hukum saya Satya Okky, Rico Fajar, Yudha Sitorus, Naura F, Rio, dan Ezra Deo yang selalu memberi dukungan terhadap saya.
12. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi yang memberikan semangat kepada penulis.
13. Serta pihak-pihak yang telah banyak memberikan bantuan selama dalam menyelesaikan skripsi.

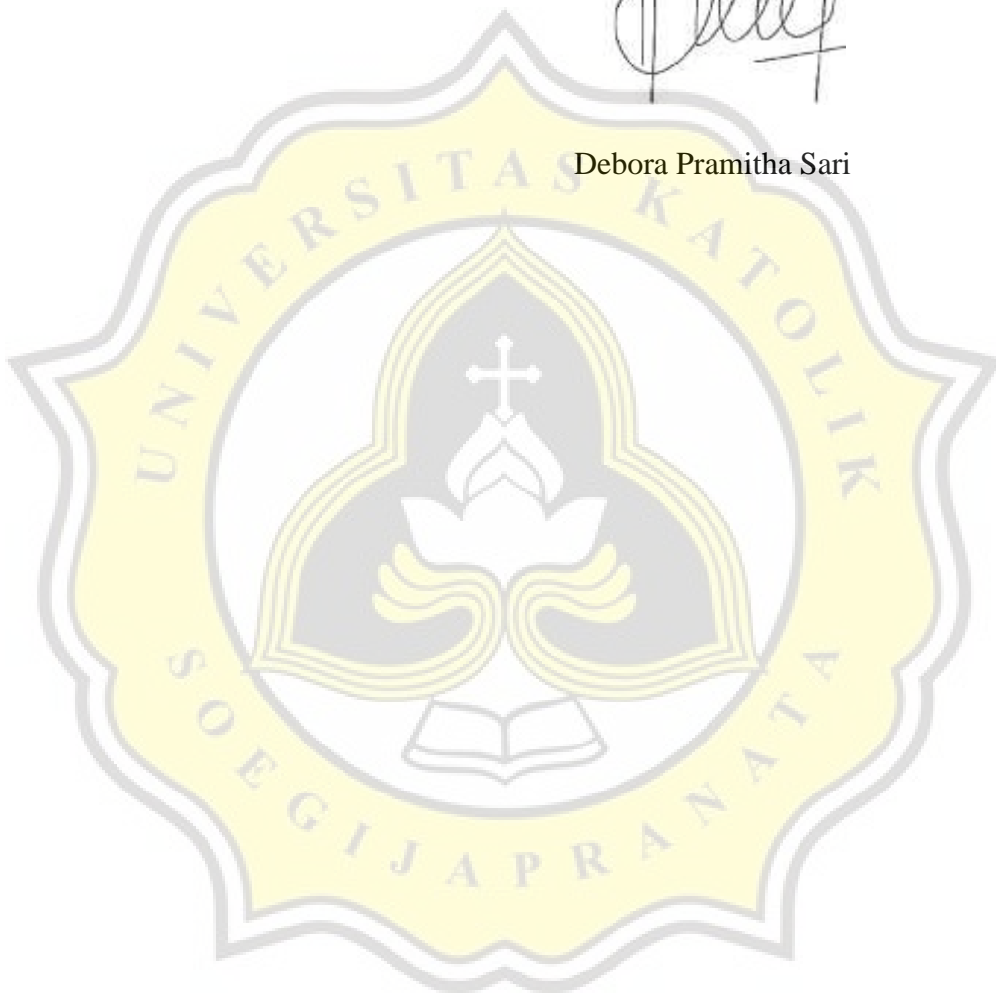
Semoga dengan terselesaikannya Laporan Skripsi yang masih jauh dari kata sempurna ini dapat berguna bagi kita semua, dan bagi pembaca khususnya.

Semarang, 11 November 2021

Penulis



Debora Pramitha Sari



ABSTRAK

PENGARUH DESAIN MEREK TERHADAP TINGKAT *BRAND AWARENESS* PADA *SOCIAL MEDIA MARKETING FOLLOWERS* CRSL

Debora Pramitha Sari

Universitas Katolik Soegijapranata

2021

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain merek produk CRSL terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL pada Instagram. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan pertanyaan kuesioner kepada 100 pengikut Instagram @crsl.store. Hasil kuesioner lalu dianalisis menggunakan Uji Determinasi yang hasilnya diperoleh dengan perhitungan melalui bantuan SPSS 21. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa desain merek produk CRSL memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL. Dimensi yang paling mempengaruhi tingkat *brand awareness followers* CRSL adalah daya tarik, warna, dan gambar/visual. Maka dapat disimpulkan bahwa desain merek CRSL memiliki pengaruh terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL. Namun perlu diingat semakin banyak pesaing-pesaing produk lokal yang ada di Indonesia, maka CRSL harus terus meningkatkan kualitas dan inovasi desain dan produk agar tidak kalah saing.

Kata kunci : Desain Merek, *Brand Awareness*, *Social Media Marketing*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND DESIGN ON THE LEVEL OF BRAND AWARENESS ON SOCIAL MEDIA MARKETING FOLLOWERS CRSL

Deborah Pramitha Sari

Soegijapranata Catholic University

2021

This research has a purpose to find out how much influence the brand design of CRSL products has on the level of brand awareness of CRSL followers on Instagram. The type of research method used is quantitative. Using data collection techniques to spread questionnaire questions to 100 Instagram followers @crsl.store. The results of the questionnaire were then analyzed using the Determination Test, whose results are obtained by calculation through the help of SPSS 21. From the results of the research that has been done can be concluded that the design of the CRSL product brand has a significant influence on the level of brand awareness of CRSL followers. The most influencing dimension of the level of brand awareness of CRSL followers are attractiveness, color, and images/visuals. So it can be concluded that the design of the CRSL brand has an influence on the level of brand awareness of CRSL followers. But keep in mind that there are more and more local product competitors in Indonesia, so CRSL must keep improving the quality and innovation of the designs and products so as not to lose competitiveness.

Keywords: Brand Design, Brand Awareness, Social Media Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Tinjauan Pustaka	21
2.2.1 Merek	21
2.2.2 Desain Grafis dan Desain Merek	22
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	25
2.3 Kerangka Berfikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	32
3.3 Populasi	32

3.4 Teknik Sampling	32
3.5 Sampel	33
3.6 Variabel Penelitian	34
3.7 Operasional Konsep	35
3.8 Hipotesis Penelitian	38
3.9 Sumber Data	39
3.10 Teknik Pengumpulan Data	40
3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.12 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Bisnis	48
4.2 Deskripsi Responden	52
4.3 Deskripsi Variabel	55
4.3.1 Penjabaran Variabel X Desain Merek	55
4.3.2 Penjabaran Variabel Y Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i>	60
4.4 Hasil Analisis Data	67
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	67
4.4.1.1 Uji Validitas Desain Merek CRSL	68
4.4.1.2 Uji Reliabilitas Desain Merek CRSL	70
4.4.1.3 Uji Validitas Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i>	70
4.4.1.4 Uji Reliabilitas Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i>	72
4.4.2 Uji Normalitas	72
4.4.3 Uji Koefisien Korelasi	74
4.4.4 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	76
4.4.5 Uji Hipotesis	77
4.4.5.1 Uji T	77
4.5 Pembahasan	79
4.5.1 Pencapaian Tingkat Ketertarikan <i>Followers</i> CRSL Terhadap Desain Merek	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
Tatakala Penelitian	96
Lampiran	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.7 Operasional Konsep	35
Tabel 3.10 Skala Likert yang Menyatakan Tingkat Persetujuan	41
Tabel 3.12 Pedoman Derajat Korelasi	45
Tabel 4.2.1 Data Usia Responden	52
Tabel 4.2.2 Pengikut Instagram @crsl.store	54
Tabel 4.2.3 Pernah Membeli Produk CRSL	54
Tabel 4.3.1 Hasil Jawaban Responden Variabel X Desain Merek CRSL	55
Tabel 4.3.2 Hasil Jawaban Responden Variabel Y Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i> CRSL	60
Tabel 4.4.1 Interpretasi Reliabilitas Data	68
Tabel 4.4.1.1 Validitas Desain Merek CRSL	69
Tabel 4.4.1.2 Reliabilitas Desain Merek CRSL	70
Tabel 4.4.1.3 Validitas Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i> CRSL	71
Tabel 4.4.1.2 Reliabilitas Tingkat <i>Brand Awareness Followers</i> CRSL	72
Tabel 4.4.2 <i>Kolmogrov Smirnov</i>	72
Tabel 4.4.3 Koefisien Korelasi	75
Tabel 4.4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	76
Tabel 4.4.5.1 Uji T	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pengguna Instagram di Indonesia	4
Gambar 1.2 Grafik pengguna Instagram di Indonesia (Usia)	5
Gambar 1.3 Insight Wawasan pada Instagram Bisnis	6
Gambar 1.4 Nama Merek dan Visual Logo Carousel	8
Gambar 1.5 Karakter Hewan CRSL	9
Gambar 1.6 Desain Ekspresi Karakter Hewan CRSL	11
Gambar 1.7 Produk Carousel	12
Gambar 1.8 <i>Social Media Marketing</i> Instagram @crsl.store	14
Gambar 2.1 Elemen Grafis	23
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	26
Gambar 4.1 CRSL Gengs	49
Gambar 4.2 Antusias <i>Followers</i> CRSL	50
Gambar 4.3 Produk CRSL	51
Gambar 4.4 Respon Ketertarikan <i>Followers</i> Terhadap Desain CRSL	82
Gambar 4.5 Tingkat Ketertarikan <i>Followers</i> CRSL	85