

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* LOKAL MELALUI MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BRAND AWARENESS* BAKPIA KUKUS TUGU
JOGJA**

SKRIPSI



Oleh:

Agatha Zenobia Widyadhana

NIM: 2110521014

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JULI 2026**

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* LOKAL MELALUI MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BRAND AWARENESS* BAKPIA KUKUS TUGU
JOGJA**

SKRIPSI



Diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Oleh

Agatha Zenobia Widyadhana

NIM: 2110521014

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

JULI 2026



PERSEMBAHAN

Dengan segenap puji syukur kepada Allah SWT dan dukungan serta doa dari orang-orang yang saya cintai, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu dengan bangga dan bahagia saya sampaikan rasa syukur dan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya doa yang selama ini saya ucapkan telah tersampaikan dan atas rida Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Bapak Samson Wahyu Priyono, S.E., M.Si., dan Ibu Wahyu Widyawati, kedua orang tua tercinta yang tiada henti memberikan semangat, kasih sayang, dan dukungan kepada saya, serta doa yang luar biasa dipanjatkan setiap harinya untuk saya dalam keadaan apa pun. Terima kasih yang tak terhingga karena telah membimbing saya selama ini sampai saya mendapatkan gelar sarjana.
3. Bapak mertua Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn., dan Ibu mertua Dra. R.Ngt. Caturini Noor Dianti. Terima kasih atas segala doa, dukungan, ketulusan, dan kasih sayang yang telah diberikan layaknya orang tua kandung sendiri selama perjalanan penyusunan skripsi ini.
4. Suami tercinta R. Ryan Devantara, S.Si., serta buah hati tersayang R. Bg. Ragnala Djalu Sagara, yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil, kesabaran yang tiada batas, serta menjadi sistem pendukung dan motivasi terbesar bagi saya untuk terus melangkah hingga titik akhir penyusunan skripsi ini.
5. Kakak saya Shabrina Febby Setyohati, adik saya Naaila Jihan Acintya Rayya, serta adik-adik (ipar) saya R. Ivan Devantara Prima Hanggara, S.Hut., dan R.Rr. Devinta Maharani Shafira Putri, S.Ds. Terima kasih banyak atas doa, keceriaan, dan dukungan moril yang selalu diberikan, yang menjadi penyemangat tersendiri bagi saya untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana.
6. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Juariyah, M.Si., yang telah membimbing dengan tulus dan sabar serta memberikan arahan pada setiap bagian yang kurang saya pahami, serta seluruh dosen Ilmu Komunikasi dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

MOTTO

إِنَّمَا يُوفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ

"Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang disempurnakan pahala mereka tanpa batas."

QS. Az-Zumar (39:10)

عَجَبًا لِأَمْرِ الْمُؤْمِنِ إِنَّ أَمْرَهُ كُلَّهُ خَيْرٌ، وَلَيْسَ ذَلِكَ لِأَحَدٍ إِلَّا لِلْمُؤْمِنِ إِنْ أَصَابَتْهُ سَرَاءٌ شَكَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ، وَإِنْ أَصَابَتْهُ ضَرَاءٌ صَبَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ

“Sungguh menakjubkan urusan seorang mukmin. Sungguh semua urusannya adalah baik, dan yang demikian itu tidak dimiliki oleh siapa pun kecuali oleh orang mukmin. Jika ia mendapatkan kegembiraan, ia bersyukur dan itu suatu kebaikan baginya. Dan jika ia mendapat kesusahan (perjuangan), ia bersabar dan itu pun suatu kebaikan baginya.” (HR. Muslim)

“Tidak masalah seberapa lambat kamu berjalan, asalkan kamu tidak berhenti”

-Confucius-

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agatha Zenobia Widyadhana

NIM : 2110521014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Pengaruh Kredibilitas Influencer Lokal Melalui Media Sosial Terhadap Brand Awareness Bakpia Kukus Tugu Jogja*" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk dalam skripsi ini telah saya cantumkan dengan benar sesuai dengan ketentuan tata cara pengutipan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini mengandung unsur-unsur plagiat atau jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (pencabutan gelar kesarjanaan).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.



Jember, 29 Juli 2026

Agatha Zenobia Widyadhana

2110521014

HALAMAN PERSETUJUAN

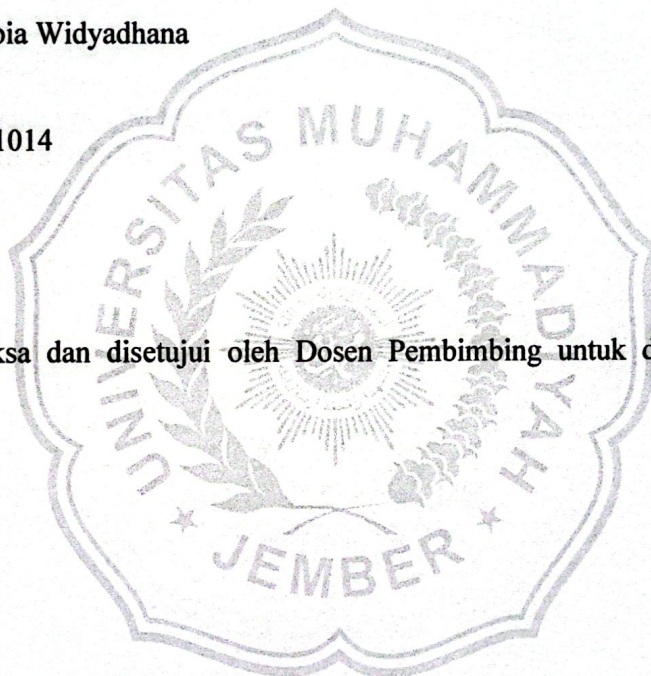
Skripsi dengan Judul: **PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER***
LOKAL MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP *BRAND AWARENESS*
BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA

Oleh:

Agatha Zenobia Widyadhana

NIM 2110521014

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diuji oleh Tim
Penguji.



Jember, 21 Juli 2026

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Juariyah', with a long horizontal stroke extending to the right.

Dr. Juariyah, M.Si.

NIP. 196708061993032002

HALAMAN PENGESAHAN

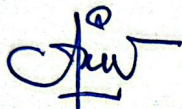
Skripsi oleh Agatha Zenobia Widyadhana, dengan NIM 2110521014 ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jember Pada:

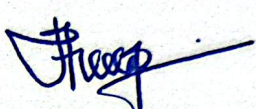
Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juli 2026
Tempat : Lab Public Relation Ilmu Komunikasi Gedung B Lt. 2

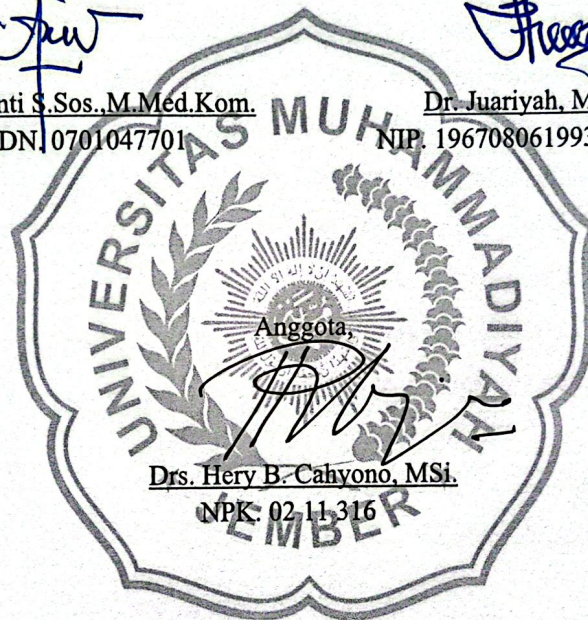
Tim Penguji,

Ketua,

Sekretaris,


Ari Susanti S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0701047701

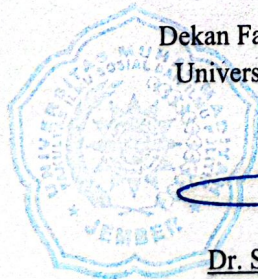

Dr. Juariyah, M.Si.
NIP. 196708061993032002

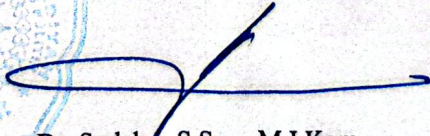


Anggota,

Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.
NPK. 02.11.316

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Jember




Dr. Sudahni, S.Sos., M.I.Kom.
NPK. 14 09 608

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Agatha Zenobia Widyadhana

NIM : 2110521014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Universitas : Universitas Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Lokal melalui Media Sosial terhadap *Brand Awareness* Bakpia Kukus Tugu Jogja"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, serta 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.

Dibuat di Jember,

Pada Tanggal : 29 Juli 2026

Menyatakan



Agatha Zenobia Widyadhana

2110521014

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Lokal melalui Media Sosial terhadap *Brand Awareness* Bakpia Kukus Tugu Jogja"** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial memegang peranan penting dalam strategi komunikasi pemasaran. Pemanfaatan konten kreatif yang diproduksi oleh *influencer* menjadi salah satu strategi komunikasi yang mampu mempengaruhi pengetahuan dan pemahaman konsumen terhadap merek tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk memahami sejauh mana peran *influencer* lokal pada media sosial dalam mempengaruhi *brand awareness* konsumen terhadap produk oleh-oleh khas Yogyakarta, yaitu Bakpia Kukus Tugu Jogja.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Juariyah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Hery B. Cahyono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membimbing penulis selama masa studi.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu dan bantuan administratif.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Samson Wahyu Priyono, S.E., M.Si., dan Ibu Wahyuni Widyawati, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, dukungan moral maupun materiil, pengorbanan yang luar biasa, serta

untaian doa yang tiada putus-putusnya demi kelancaran, keselamatan, dan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi ini.

7. Mertua tercinta, Bapak Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn., dan Ibu Dra. R.Ngt. Caturini Noor Dianti, atas segala doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang luar biasa yang senantiasa diberikan kepada penulis.
8. Suami tercinta R. Ryan Devantara, S.Si., serta buah hati tersayang R. Bg. Ragnala Djalul Sagara, yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil, kesabaran yang tiada batas, serta menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk terus melangkah hingga titik akhir penyusunan skripsi ini.
9. Kakak, adik, dan adik ipar tersayang, Shabrina Febby Setyohati, Naaila Jihan Acintya Rayya, R. Ivan Devantara Prima Hanggara, S.Hut., serta R.Rr. Devinta Maharani Shafira Putri, S.Ds., yang senantiasa memberikan dukungan moril, semangat, keceriaan, serta doa yang tulus yang menjadi penguat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas A yang telah kebersamai, berjuang bersama, dan memberikan banyak kenangan indah selama masa studi.
11. Seluruh responden dan pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran digital. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Jember, 29 Juli 2026

Agatha Zenobia Widyadhana
2110521014

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Hipotesis Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Elaboration Likelihood Model (ELM)	11
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital	13
2.2.3 <i>Influencer Marketing</i> dan Teori Arus Komunikasi Dua Tahap	13
2.2.4 Teori Kredibilitas Sumber (Variabel X)	14
2.2.5 <i>Brand Awareness</i> (Variabel Y)	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18

2.4 Hubungan Antar Variabel	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	22
3.2.1 Klasifikasi Variabel	23
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.3 Teknik Penarikan Sumber Data (Populasi dan Sampel).....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Besar Sampel.....	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)	28
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.4.1 Lokasi Penelitian	29
3.4.2 Waktu Penelitian.....	30
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	30
3.4.4 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	35
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas, Multikolinearitas).....	38
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.5.4 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Responden dan Proses Seleksi Sampel.....	43
4.2 Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	46
4.2.1 Hasil Uji Validitas	47
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.4 Pengujian Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.5.1 Pembentukan Model Regresi	55

4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	57
4.5.3 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	59
4.5.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	17
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	55
Gambar 4. 2 F tabel dengan signifikansi 5%	58
Gambar 4. 3 t tabel dengan signifikansi 0,05.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Tabel Waktu Kegiatan	30
Tabel 3. 3 Tabel Skala Likert.....	33
Tabel 3. 4 Tabel Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 3. 5 Kriteria Interpretasi Nilai Rata-Rata	38
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Proses Seleksi dan Pembersihan Sampel Penelitian	45
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden.....	45
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian (n = 30).....	47
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian (n = 30).....	48
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (N = 106)	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (n = 106).....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas (n=106)	53
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 9 Tabel Uji Hipotesis Simultan F.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Uji t.....	61
Tabel 4. 11 hasil analisis Koefisien Determinasi	63