



HUBUNGAN INFORMASI AKUN TIKTOK @LIDISIUMANG DENGAN *BRAND AWARENESS* MIE LIDI SIUMANG

DEA MARSELLA



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini, saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Hubungan Informasi Akun TikTok @lidisiuamng dengan Brand Awareness Mie Lidi Siuamng” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir pada penulisan tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Dea Marsella
J1301211076

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

DEA MARSELLA. Hubungan Informasi Akun TikTok @lidisiumang dengan Brand Awareness Mie Lidi Siumang. Dibimbing oleh DAVID RIZAR NUGROHO dan IKA YULIASARI.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana informasi yang disampaikan melalui akun TikTok @lidisiumang dapat membangun kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap produk Mie Lidi Siumang. Latar belakang penelitian ini muncul karena semakin kuatnya peran media sosial, terutama TikTok, sebagai saluran promosi yang dekat dengan keseharian pengguna dan dinilai efektif dalam membentuk persepsi merek di benak audiens. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional, melibatkan 156 responden yang merupakan pengikut akun TikTok @lidisiumang, yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner online yang memuat indikator variabel independen (*social presence*, *media richness*, dan *self-disclosure*) serta variabel dependen (*brand awareness*, *recognition*, *recall*, dan *top of mind*).

Kata kunci: *brand awareness*, @lidisiumang, media sosial, Mie Lidi Siumang, TikTok.

ABSTRACT

DEA MARSELLA. The Relationship Between the TikTok Account @lidisiumang and Brand Awareness of Mie Lidi Siumang. Supervised by DAVID RIZAR NUGROHO and IKA YULIASARI.

This study aims to understand how information conveyed through the TikTok account @lidisiumang can build brand awareness for Mie Lidi Siumang. The background of this research arises from the increasing role of social media, particularly TikTok, as an effective promotional channel that resonates with users' daily lives and shapes brand perceptions. A quantitative approach with a descriptive correlational method was employed, involving 156 respondents who follow the TikTok account, selected through purposive sampling. Data was collected using an online questionnaire containing indicators for independent variables (*social presence*, *media richness*, and *self-disclosure*) and dependent variables (*brand awareness*, *recognition*, *recall*, and *top of mind*).

Keywords: *brand awareness*, @lidisiumang, Mie Lidi Siumang, social media, TikTok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

HUBUNGAN INFORMASI AKUN TIKTOK @LIDISIUMANG DENGAN *BRAND* *AWARENESS* MIE LIDI SIUMANG

DEA MARSELLA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

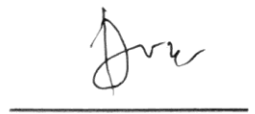
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Hubungan Informasi Akun TikTok @lidisiumang
dengan *Brand Awareness* Mie Lidi Siumang
Nama : Dea Marsella
NIM : J1301211076

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing 1:
Dr. David Rizar Nugroho, M.Si

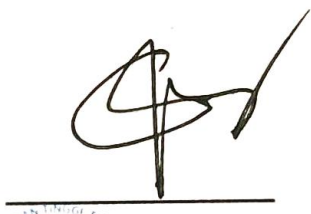


Dosen Pembimbing 2:
Dr. Ika Yuliasari, M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S. Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 5 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan baik. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 hingga bulan Mei 2025, dengan judul “Hubungan Informasi Akun TikTok @lidisiumang dengan *Brand Awareness* Mie Lidi Siumang”.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian karya ilmiah ini, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua, Bapa dan Mama, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, telah memberikan kasih sayang, do'a, serta dukungan tanpa henti yang kalian berikan baik berupa materil maupun non-materil dalam menyelesaikan studi ini.
2. Bapak Dr. David Rizar Nugroho, M.Si. dan Ibu Dr. Ika Yuliasari, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan sejak penyusunan hingga selesainya penyusunan Karya Ilmiah ini.
3. Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi.
4. Abang Arif dan Kaka Fira, ucapan terima kasih yang tulus saya sampaikan atas dukungan, motivasi, dan bantuan yang selalu diberikan sepanjang proses penelitian ini. Kehadiran Abang dan Kaka memberikan semangat luar biasa bagi saya.
5. Fifi, Aulia, Rasya, dan Wulan, terima kasih banyak atas segala bantuan dan dukungan untuk senantiasa kebersamai peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Komunikasi Digital dan Media, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan juga kesempatan berharga yang menyenangkan.
7. Teman-teman seperjuangan Komunikasi Digital dan Media 58 yang telah berbagi pengalaman serta cerita semasa kuliah.
8. Terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, karena mampu mengendalikan diri dan bertahan dari berbagai tekanan diluar keadaan. Meskipun ada berbagai tekanan peneliti tetap ingat bahwa setiap langkah yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun sulit pasti akan selesai.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak atas bantuan, saran, serta dukungan yang telah diberikan. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan penelitian terapan ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Dea Marsella



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi Digital	14
2.3 Komunikasi Pemasaran	15
2.4 Digital Marketing	16
2.5 Media Sosial	17
2.6 TikTok	20
2.7 Dimensi <i>Brand</i>	21
2.8 <i>Brand Awareness</i>	23
2.9 Teori Komunikasi Pemasaran (<i>Grand Theory</i>)	26
2.10 Produk Makanan	26
2.11 Kerangka Pemikiran	23
III METODE	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu	28
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.4 Data dan Instrumentasi	30
3.5 Definisi Operasional	31
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumentasi	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.9 Luaran Penelitian	35
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.2 Data Karakteristik Responden	43
4.3 Informasi Akun TikTok @lidisiumang	45
4.4 Brand Awareness Mie Lidi Siumang	47
4.5 Hubungan Informasi Akun TikTok @lidisiumang dengan <i>Brand Awareness</i> Mie Lidi Siumang	50
4.6 Hubungan Teori Komunikasi Pemasaran dengan Hasil Penelitian	58
V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

63
33

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penggunaan Internet di Indonesia	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Media Sosial X	31
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel <i>Brand Awareness</i> Y	32
Tabel 5 Kategori Uji Validitas	34
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Instrument Media Sosial TikTok @lidisiumang X	34
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Instrument <i>Brand Awareness</i> Y	35
Tabel 8 Skala Reliabilitas	37
Tabel 9 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
Tabel 10 Skor Skala Likert	39
Tabel 11 Skala Pengukuran Likert	40
Tabel 12 Kriteria Penilaian Korelasional	41
Tabel 13 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 14 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 15 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	45
Tabel 16 Hasil Uji Korelasi Spearmans Rank X dengan Y	51
Tabel 17 Hasil Uji Korelasi Hubungan Antara Indikator X dengan indikator Y	52
Tabel 18 Hubungan Antara X1 dengan Y	53
Tabel 19 Hubungan Antara X2 dengan Y	55
Tabel 20 Hubungan Antara X2 dengan Y	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Berbelanja <i>Online</i>	2
Gambar 2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	24
Gambar 3 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4 Akun TikTok Lidi Siumang	42
Gambar 5 Logo PT Saikho Indo Kreatif	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Rencana Kegiatan	76
Lampiran 3 Uji Validitas <i>Social Presence</i> (X1)	77
Lampiran 4 Uji Validitas <i>Media Richness</i> (X2)	77
Lampiran 5 Uji Validitas <i>Self Disclosure</i> (X3)	78
Lampiran 6 Uji Validitas <i>Brand Unware</i> (Y1)	78
Lampiran 7 Uji Validitas <i>Brand Recognition</i> (Y2)	79
Lampiran 8 Uji Validitas <i>Brand Recall</i> (Y3)	79
Lampiran 9 Uji Validitas <i>Top of Mind</i> (Y4)	80
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial TikTok (X)	80
Lampiran 11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	80
Lampiran 12 Uji Korelasi X1 dengan Y	81
Lampiran 13 Uji Korelasi X2 dengan Y	82
Lampiran 14 Uji Korelasi X3 dengan Y	83
Lampiran 15 Uji Korelasi Variabel X dengan Y	84
Lampiran 16 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Social Presence</i> (X1)	84
Lampiran 17 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Media Richness</i> (X2)	86
Lampiran 18 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Self Disclosure</i> (X3)	87
Lampiran 19 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Brand Unware</i> (Y1)	89
Lampiran 20 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Brand Recognition</i> (Y2)	90
Lampiran 21 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Brand Recall</i> (Y3)	92
Lampiran 22 Distribusi Jumlah Data Indikator <i>Top of Mind</i> (Y4)	93
Lampiran 23 Uji Dokumentasi Penelitian	96
Lampiran 24 Transkrip Wawancara	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.