

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Anindhita
NPM : 2021210054
Judul Skripsi : Pengaruh Informasi Kolaborasi Starbucks Korea
Dengan NCT Di Media Sosial Instagram Terhadap
Citra NCT Di Komunitas NCTzen Bandung

Tanggal Sidang : 7 Februari 2025

Skripsi ini telah disetujui oleh panitia sidang skripsi, yang terdiri dari :

Tanggal, 7 Februari 2025

Ketua Sidang / Dosen Pembimbing

(Dr. Drs. Supriadi, M.Si)



Tanggal, 7 Februari 2025

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Husen Mony, S.IK., M.Si)



Tanggal, 7 Februari 2025

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Assoc. Prof. Dr. Mirza Ronda, M.Si)



PENGESAHAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nomor.....

Skripsi / Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH INFORMASI KOLABORASI STARBUCKS KOREA
DENGAN NCT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CITRA
NCT DI KOMUNITAS NCTZEN BANDUNG**

Yang disusun oleh:

Nama	: Anindhita
NPM	2021210054
Telah diuji sidang pada tanggal	: 7 Februari 2025
Ketua Sidang/Penguji Utama	: Dr. Drs. Supriadi, M.Si
Penguji Ahli	: Drs. Arry Rahayunianto, MM, M.Si
Penguji Penelaah	: Dr. Raffi, S.Sos., I., M.Si
Sekretaris Sidang	: Dr. Drs. Supriadi, M.Si

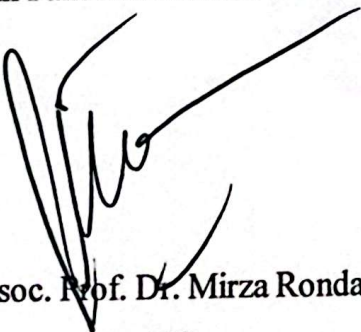
**Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Sahid Jakarta.**

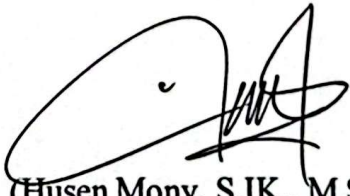
Jakarta, 7 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

**Ketua Program Studi S-1 Ilmu
Komunikasi**


**(Assoc. Prof. Dr. Mirza Ronda,
M.Si)**


(Husen Mony, S.IK., M.Si)

ABSTRAK

PENGARUH INFORMASI KOLABORASI STARBUCKS KOREA DENGAN NCT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CITRA NCT DI KOMUNITAS NCTZEN BANDUNG

Oleh :

Anindhita

2021210054

**(xvi + 5 bab + 104 halaman + 12 gambar + 32 tabel + 5 lampiran + 30 Bibl
(2014 - 2024)**

Pada era sekarang ini media telah banyak merubah tatanan secara besar dalam segi sosial. Media sosial sebagai media komunikasi dapat membentuk persepsi atau pandangan. Isu yang belum lama muncul pada tahun 2023, terdapat perusahaan menggunakan strategi yang memanfaatkan media sosial serta kerjasama berupa kolaborasi untuk menarik perhatian publik. Starbucks korea dengan NCT berkolaborasi dikala isu negatif terkait brand starbucks sedang naik, sedangkan citra idol kpop kerap kali direpresentasikan berdasarkan nilai-nilai positif yang ditunjukkan kepada publik terutama penggemar. Adanya kolaborasi ini, memberikan pengaruh terhadap perbedaan pandangan diantara penggemar NCT salah satunya pada anggota komunitas NCTzen Bandung. Penentuan sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi pada komunitas NCTzen Bandung yang sebelumnya sebanyak 1.039 orang menjadi 91 orang. Penelitian jenis kuantitatif ini menggunakan metode survey eksplanatif dengan teknik pengambilan data yaitu kuesioner dan analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukan ada pengaruh dari informasi kolaborasi starbucks korea dengan NCT di media sosial Instagram terhadap citra NCT di komunitas NCTzen bandung meskipun kecil.

Kata Kunci: *citra, media sosial, informasi, kolaborasi, komunikasi, komunitas*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INFORMATION ON STARBUCKS KOREA'S COLLABORATION WITH NCT ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON NCT'S IMAGE IN THE NCTZEN BANDUNG COMMUNITY

By:

Anindhita

2021210054

**(xvi + 5 chapters + 104 pages + 12 images + 32 tables + 5 appendices + 30 Bibliography)
(2014 - 2024)**

In the current era, the media has changed a lot in a big way in terms of social aspects. Social media as a medium of communication can shape perceptions or views. An issue that has recently emerged in 2023 is that there are companies using strategies that utilize social media and collaboration to attract public attention. Starbucks Korea and NCT collaborate when negative issues related to the Starbucks brand are on the rise, while the image of kpop idols is often represented based on positive values shown to the public, especially fans. The existence of this collaboration has an influence on the difference of views among NCT fans, one of which is the members of the NCTzen Bandung community. The determination of the sample in this study was taken from the population in the NCTzen Bandung community which was previously 1,039 people to 91 people. This type of quantitative research uses an explanatory survey method with data collection techniques, namely questionnaires and data analysis using a simple linear regression test. The results of the study showed that there was an influence of information about the collaboration between Starbucks Korea and NCT on Instagram social media on the image of NCT in the NCTzen community in Bandung, even though it was small.

Keywords: *image, social media, information, collaboration, communication, community*

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Permasalahan Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Signifikansi Akademis.....	7
1.4.2. Signifikansi Praktis.....	7
1.5. Penelitian Terdahulu	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Kerangka Konsep.....	12
2.1.1. Komunikasi.....	12
2.1.2. Komunikasi Massa	13
2.1.3. Informasi.....	14
2.1.4. Public Relations.....	15
2.1.5. Citra	16
2.1.6. Media Baru (<i>New Media</i>)	17
2.1.7. Instagram.....	18

2.1.8. Komunitas.....	20
2.1.9. Kolaborasi.....	21
2.1.10. Penilaian.....	22
2.2. Hipotesis Teoritis.....	23
2.3. Teori Agenda Setting	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Sifat dan Jenis Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian	26
3.3. Populasi.....	26
3.4. Sampel.....	27
3.5. Teknik Penarikan Sampel	28
3.6. Sumber Data	29
3.7. Pengumpulan Data.....	29
3.8. Pembakuan Instrumen	30
3.8.1. Uji Validitas Instrumen.....	30
3.8.2. Uji Reliabilitas Instrumen	34
3.9. Operasional / Dimensi Variabel.....	35
3.10. Tahapan Penelitian.....	38
3.11. Analisis Data.....	39
3.11.1. Teknik Analisis Data	39
3.11.2. Rencana Analisis Data	41
BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN.....	42
4.1. Profil Responden.....	42
4.1.1. Jenis Kelamin	42
4.1.2. Kelompok Usia.....	43
4.1.3. Pendidikan Terakhir	43
4.1.4. Lama Menjadi Penggemar	44
4.2. Analisis Data Variabel	45
4.2.1. Penilaian Informasi Kolaborasi Starbucks Korea Dengan NCT di Media Sosial Instagram (X).....	45
4.2.2. Hasil Analisis Penelitian Variabel X	51
4.2.3. Citra NCT di Komunitas NCTzen Bandung (Y).....	52

4.2.4. Hasil Analisis Penelitian Variabel Y	58
4.3. Hasil Uji Asumsi Statistik	59
4.3.1. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov).....	59
4.3.2 Hasil Uji Linearitas.....	60
4.4. Hasil Uji Hipotesis	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66