

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Manfaat Akademik .....	9
1.5.2 Manfaat Praktis .....	9
1.6 Sistematika Penelitian .....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Stimulus-Respons (S-R) .....	11
2.2 Landasan Konsep .....	13
2.2.1 Komunikasi Publik .....	13
2.2.1.1 Komunikasi Publik melalui Media Digital .....	14
2.2.2 Media Baru (New Media) .....	15
2.2.3 Media Sosial .....	16
2.2.4 Instagram .....	21
2.2.5 <i>Personal Branding</i> .....	25
2.2.5.1 Pengaruh <i>Personal Branding</i> Terhadap <i>Audience</i> .....	29
2.2.5.2 Pengaruh <i>Personal Branding</i> Terhadap Perilaku .....	29

2.2.6 Minat Membaca .....	31
2.3 Studi Penelitian Terdahulu .....	33
2.4 Kerangka Pemikiran .....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Pendekatan Penelitian .....	39
3.3 Metode Penelitian.....	40
3.4 Definisi Operasional.....	42
3.4.1 Variabel Independen .....	42
3.4.2 Variabel Dependen.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.7.1 Populasi.....	47
3.7.2 Sampel.....	47
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	49
3.8.1 Uji Validitas .....	49
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.8.3 <i>Mean Score</i> dan <i>Overall Mean Score</i> (OMS).....	50
3.9 Teknik Analisis Data.....	51
3.9.1 Korelasi <i>Product Moment Pearson</i> .....	51
3.9.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	52
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	53
3.9.4 Uji Hipotesis (Uji-T).....	53

### BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian .....	58
4.1.1. Subjek Penelitian.....	58
4.1.2. Objek Penelitian .....	58
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	62
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	62
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
4.2.2 Hasil Penelitian .....	65
4.2.2.1 Profil Responden.....	65
4.2.2.2 Analisis Variabel Personal Branding (Variabel X), dan Variabel Minat Membaca Buku (Variabel Y).....	68

4.2.2.3 Uji Pengaruh.....	96
4.2.2.3.1 Hasil Uji Korelasi.....	96
4.2.2.3.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	97
4.2.2.3.3 Hasil Uji Determinasi.....	98
4.2.2.3.4 Hasil Uji T.....	99
4.3 Pembahasan.....	100
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Akademis .....	105
5.2.2 Saran Praktis.....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	116
LAMPIRAN	



**KALBIS** Institute

Transforming • Hearts and Minds

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Salah Satu Unggahan Maudy Ayunda Saat Sedang Membaca .....	3
Gambar 1.2 Salah Satu Unggahan Instagram Rachel Amanda Aurora Saat Sedang Di Sebuah Toko Buku .....	3
Gambar 1.3 Salah Satu Buku Bacaan Yang Sedang Dibaca Oleh Velove Vexia....	4
Gambar 1.4 Yunita sedang membaca salah satu buku di toko buku Barnes and Noble saat bepergian ke Amerika Serikat. ....	5
Gambar 1.5 Momen Kelulusan Wisuda Yunita Siregar dari Binus University .....	6
Gambar 1.6 Beberapa konten unggahan di akun Instagram Yunita Siregar @yunitasiregar termasuk kegiatan membaca buku pada bulan Juli 2023 .....	7
Gambar 2.1 Teori Stimulus-Respons .....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 4.1 Foto Diri Yunita Siregar .....	59
Gambar 4.2 Instagram Yunita Siregar @yunitasiregar .....	60
Gambar 4.3 Salah satu kegiatan membaca buku yang dilakukan oleh Yunita Siregar .....	60
Gambar 4.4 Yunita sedang Membaca Buku di Sebuah Ruangan .....	61
Gambar 4.5 Kegiatan Membaca Buku yang dilakukan Yunita di Rumahnya .....	61
Gambar 4.6 Yunita Melakukan Kegiatan Membaca Buku Saat Sedang Piknik ....	62



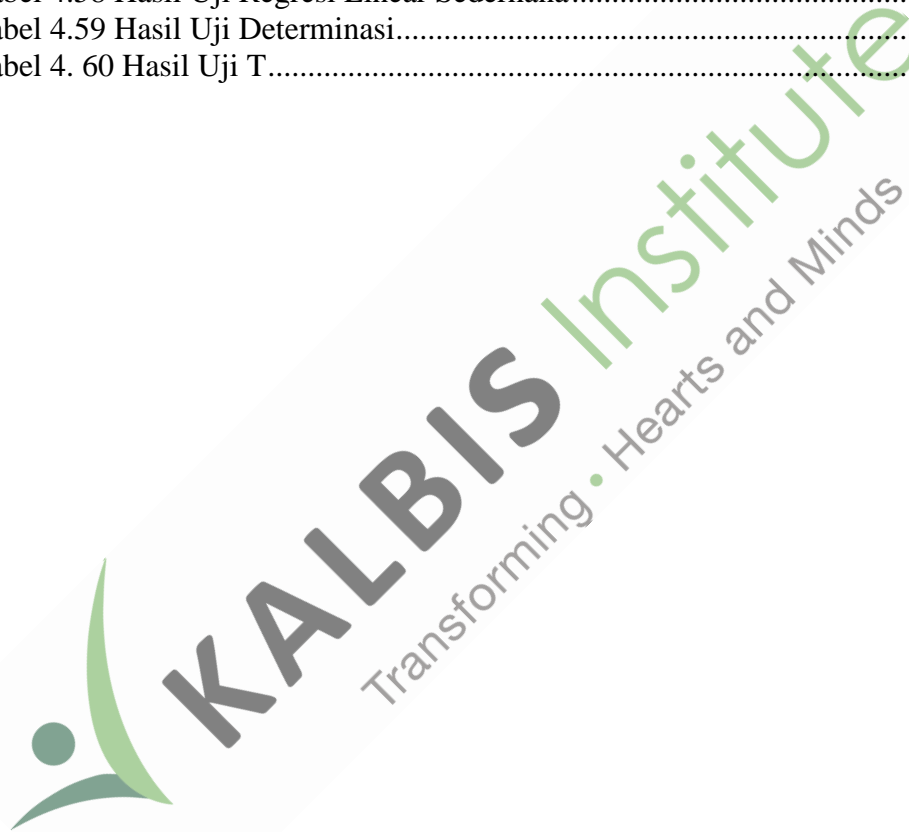
**KALBIS** INSTITUTE  
Transforming • Hearts and Minds

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Aspek Minat Baca.....	33
Tabel 2.2 Studi Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	43
Tabel 3.2 Skema Skala Likert.....	45
Tabel 3.3 Waktu Penelitian.....	46
Tabel 3.4 Interpretasi Skala Jawaban Responden.....	51
Tabel 4.1 Hasil Pre-Test Uji Validitas Variabel X.....	63
Tabel 4.2 Hasil Pre-Test Uji Validitas Variabel Y.....	63
Tabel 4.3 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas Variabel X (Pengaruh <i>Personal Branding</i> Yunita Siregar di Instagram).....	64
Tabel 4.4 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Membaca Buku <i>Followers</i> ).....	65
Tabel 4.5 Kewarganegaraan Responden.....	66
Tabel 4.6 Domisili Responden.....	66
Tabel 4.7 Usia Responden.....	67
Tabel 4.8 Mengikuti Akun Instagram Yunita Siregar @yunitasiregar minimal enam bulan sampai dengan satu tahun.....	68
Tabel 4.9 Pernyataan Yunita Siregar Menampilkan Citra Diri sebagai Orang yang Suka Membaca Buku.....	69
Tabel 4.10 Pernyataan Yunita Siregar Secara Spesifik Menunjukkan Salah Satu Hobinya yaitu Membaca Buku di Akun Instagramnya.....	69
Tabel 4.11 Pernyataan Yunita Siregar Menunjukkan Hobi Membaca Bukunya Lebih Dalam di Akun Instagram Pribadi Miliknya.....	70
Tabel 4.12 Pernyataan Yunita Siregar Tampil sebagai Sosok Apa Adanya.....	70
Tabel 4.13 Pernyataan Yunita Siregar Tidak Sungkan untuk Menunjukkan bahwa Dirinya merupakan Pribadi yang Memiliki Wawasan Luas di Akun Instagram Pribadinya.....	71
Tabel 4.14 Pernyataan Yunita Siregar Memiliki Pribadi yang Baik.....	71
Tabel 4.15 Pernyataan Yunita Siregar Terlihat Berbeda Ketika Menunjukkan Dirinya sedang Membaca Buku.....	72
Tabel 4.16 Pernyataan Yunita Siregar Memiliki Hobi yang Berbeda dari Kebanyakan Artis Indonesia Lainnya.....	72
Tabel 4.17 Pernyataan Yunita Siregar Menampilkan Hobi Membaca Buku di Instagram dengan Cara yang Unik.....	73
Tabel 4.18 Pernyataan Yunita Siregar Menjadi Salah Satu Artis yang Sering Membagikan Kegiatan Membaca Buku di Akun Instagram Pribadinya.....	73
Tabel 4.19 Pernyataan Yunita Siregar Tampak Menjadi Seseorang yang Terpandang karena Hobi Membaca Bukunya.....	74
Tabel 4.20 Pernyataan Yunita Siregar Secara Jelas Menunjukkan Minatnya Dalam Membaca Buku Melalui Unggahan di Akun Instagram Pribadinya.....	74
Tabel 4.21 Pernyataan Yunita Siregar Menjadi Salah Satu Artis Indonesia yang Sering Mengunggah Konten Terkait Hobi Membaca Bukunya di Akun Instagramnya.....	75

Tabel 4.22 Pernyataan Yunita Siregar Secara Konsisten Mengunggah Konten Mengenai Hobi Membaca Buku di Akun Instagramnya.....	75
Tabel 4.23 Pernyataan Yunita Siregar Memperlihatkan Keseriusannya Terkait Hobi Membaca Buku di Akun Instagramnya.....	76
Tabel 4.24 Pernyataan Yunita Siregar Memperlihatkan Keseriusannya Terkait Hobi Membaca Buku di Akun Instagramnya.....	76
Tabel 4.25 Pernyataan Yunita Siregar Mampu Mempertahankan Reputasinya Sebagai Salah Satu Artis Indonesia yang Peduli dengan Pendidikan .....	77
Tabel 4.26 Pernyataan Yunita Siregar Dikenal Sebagai Salah Satu Artis Indonesia yang Jauh dari Berita atau Gosip Miring Terkait Dirinya.....	77
Tabel 4 27 Pernyataan Menjadi Lebih Fokus untuk Meningkatkan Kegiatan Membaca Buku .....	78
Tabel 4.28 Pernyataan Unggahan di Akun Instagram Yunita Siregar Terkait Membaca Buku Membuat Tertarik Menjadi Pengikut Akun Instagramnya .....	79
Tabel 4.29 Pernyataan Menjadi Memiliki Pandangan yang Berbeda Terkait Kegiatan Membaca Buku .....	79
Tabel 4.30 Pernyataan Belajar Mengatur Waktu Kegiatan Membaca Buku .....	80
Tabel 4.31 Pernyataan Usaha Dalam Memanfaatkan Waktu Luang Untuk Membaca Buku .....	80
Tabel 4.32 Pernyataan Belajar Manajemen Waktu Antara Membaca Buku Dengan Kegiatan Sehari-hari Yang Lain.....	81
Tabel 4.33 Pernyataan Memiliki Keinginan Membaca Buku Setelah Menjadi Pengikut Akun Instagram Yunita Siregar .....	82
Tabel 4.34 Pernyataan Menjadi Lebih Rajin Meluangkan Waktu Membaca Buku .....	82
Tabel 4.35 Pernyataan Memiliki Tekad Untuk Meluangkan Waktu Membaca Buku .....	83
Tabel 4.36 Pernyataan Memiliki Ambisi untuk Membaca atau Menyelesaikan Buku Bacaan Setelah Melihat Unggahan Akun Instagram Yunita Siregar .....	83
Tabel 4.37 Pernyataan Lebih Bersemangat untuk Membaca Buku Setelah Melhat Unggahan Akun Instagram Yunita Siregar .....	84
Tabel 4.38 Pernyataan Memiliki Perasaan Lebih Menikmati Kegiatan Membaca Buku Setelah Melihat Unggahan Akun Instagram Yunita Siregar .....	84
Tabel 4.39 Pernyataan Lebih Giat Membaca Buku Setelah Menjadi Pengikut Akun Instagram Yunita Siregar .....	85
Tabel 4.40 Pernyataan Terinspirasi untuk Membaca Buku Setelah Melihat Unggahan Akun Instagram Yunita Siregar .....	85
Tabel 4.41 Pernyataan Mendapatkan Referensi Buku Bacaan Setelah Melihat Unggahan Konten Buku Bacaan yang diunggah Yunita Siregar .....	86
Tabel 4.42 Pernyataan Unggahan Akun Instagram Yunita Siregar Memunculkan Inisiatif .....	87
Tabel 4.43 Interpretasi Skala Jawaban Responden .....	88
Tabel 4.44 <i>Overall Mean Score</i> Variabel X dan Y .....	88
Tabel 4. 45 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Spesialisasi .....	89
Tabel 4. 46 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Kepribadian .....	89
Tabel 4. 47 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Perbedaan .....	90

Tabel 4. 48 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Terlihat .....	91
Tabel 4. 49 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Keteguhan.....	92
Tabel 4. 50 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Nama Baik.....	92
Tabel 4. 51 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Pemusatan Perhatian.....	93
Tabel 4. 52 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Penggunaan Waktu .....	94
Tabel 4. 53 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Motivasi Untuk Membaca.	94
Tabel 4. 54 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Emosi Dalam Membaca ....	95
Tabel 4. 55 <i>Mean</i> dan <i>Overall Mean Score</i> Indikator Usaha Untuk Membaca .....	96
Tabel 4.56 Hasil Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i> .....	97
Tabel 4.57 Tingkatan Korelasi .....	97
Tabel 4.58 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	98
Tabel 4.59 Hasil Uji Determinasi.....	99
Tabel 4. 60 Hasil Uji T.....	99



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian .....	L1
Lampiran B. Dokumentasi Riset .....	L7
Lampiran C. Hasil Pernyataan Jawaban Responden <i>Pre-Test</i> Variabel X .....	L9
Lampiran D. Hasil Pernyataan Jawaban Responden <i>Pre-Test</i> Variabel Y .....	L10
Lampiran E. Hasil Pernyataan Jawaban Responden <i>Main Test</i> Variabel X .....	L11
Lampiran F. Hasil Pernyataan Jawaban Responden <i>Main Test</i> Variabel Y.....	L18
Lampiran G. Hasil Uji Validitas Variabel X ( <i>Personal Branding</i> ) <i>Pre-Test</i> .....	L26
Lampiran H. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Membaca) <i>Pre-Test</i> .....	L29
Lampiran I. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Personal Branding) <i>Pre-Test</i> .....	L32
Lampiran J. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Membaca) <i>Pre-Test</i> .....	L32
Lampiran K. Hasil Pengolahan Data SPSS .....	L33
Lampiran L. Perhitungan <i>Mean</i> dan <i>Overall Means Score</i> Variabel X .....	L34
Lampiran M. Perhitungan <i>Mean</i> dan <i>Overall Means Score</i> Variabel Y.....	L34



**KALBIS** Institute

Transforming • Hearts and Minds