

**PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiye.com  
terhadap Citra Merek Positif Produk Hijab Lafiye**

**(Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang Angkatan 2023  
s.d 2025)**

Ditujukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

**MAZAYA MAULA**

**NIM. 202110040311248**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024/2025**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

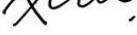
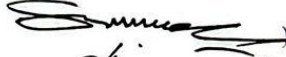

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Mazaya Maula**  
**202110040311248**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 25 Juni 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si (  )
2. Sugeng Winarno, M.A (  )
3. Widiya Yutanti, M.A. (Hons.) (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Kharur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

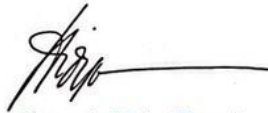
PENGARUH TERPAAN KONTEN KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN  
TIKTOK @LAFIYE.COM TERHADAP CITRA MEREK POSITIF PRODUK  
HIJAB LAFIYE (STUDI PADA PENGGUNA HIJAB DI KOMUNITAS DUTA  
HIJAB RADAR MALANG ANGKATAN 2023 S.D 2025)

Diajukan Oleh :

MAZAYA MAULA  
202110040311248

Telah disetujui  
*Rabu / 25 Juni 2025*

Pembimbing I



Widiya Yutanti, M.A. (Hons.)

Wakil Dekan I



Najamuddin Anairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

**UMM**  
est. 1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Mazaya Maula  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311248  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiye.com terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 12 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A (Hons)



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bandung Sultani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Mazaya Maula  
NIM : 202110040311248  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 Juni 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mazaya Maula  
NIM : 202110040311248  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiye.com terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Mazaya Maula



### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Mazaya Maula  
NIM : 202110040311248  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiyee.com terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)

Disetujui,  
Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A (Hons)

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tiogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

**Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiy.com terhadap  
Citra Merek Produk Hijab Lafiy  
(Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)**

Oleh:

Nama : Mazaya Maula

NIM : 202110040311248

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 12 Juni 2025

Pembimbing I/Promotor

Widiya Yutanti, M.A (Hons)

NIP. 10303090396



Kampus I

Jl Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

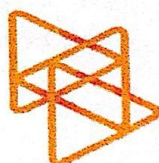
Kampus II

Jl Bendungan Sudani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : MAZAYA MAULA

NIM : 2021 - 248

Hasil Plagiasi : 7/6

|         |    |  |  |  |
|---------|----|--|--|--|
| BAB I   | 9  |  |  |  |
| BAB II  | 6  |  |  |  |
| BAB III | 18 |  |  |  |

17/6 18/6

|        |    |    |  |  |
|--------|----|----|--|--|
| BAB IV | 20 |    |  |  |
| BAB V  | 29 | 15 |  |  |
| BAB VI | 21 | 15 |  |  |

Malang, 18 Juni 2020  
Admin Plagiasi Prodi  
M. Dasuki

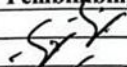

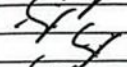
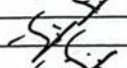


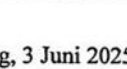
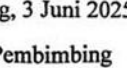
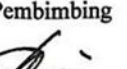
PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Mazaya Maula
2. NIM : 202110040311248
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiyee.com terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A (Hons)
7. Kronologi Bimbingan :

| Tanggal    | Keterangan                        | Paraf Pembimbing  |
|------------|-----------------------------------|---|
| 02/03/2024 | Kelas bimbingan Seminar Proposal  |    |
| 17/05/2024 | Acc Judul "                       |    |
| 20/09/2024 | Konsultasi Bab I, II, III         |    |
| 11/12/2024 | Konsultasi Bab IV                 |   |
| 14/01/2025 | Konsultasi Bab V                  |   |
| 21/01/2025 | Konsultasi Bab V                  |  |
| 18/02/2025 | Konsultasi Bab V, VI, dan abstrak |  |
| 20/02/2025 | Acc untuk Seminar Hasil           |  |
| 06/03/2025 | Seminar Hasil                     |  |

Malang, 3 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A (Hons)

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Selasa, 13 Mei 2025

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

|                   |   |
|-------------------|---|
| Nama Peneliti     | Mazaya Maula  |
| NIM               | 202110040311248   |
| Konsentrasi Studi | Ilmu Komunikasi, Peminatan Public Relations   |
| Fakultas          | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  |
| Judul Skripsi     | Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun Tik Tok @lafiye.com terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang) |
| Pembimbing        | Widiya Yutanti, M.A (Hons)  |
| Dosen Penguji I   | Nurudin, S.Sos., M.Si   |

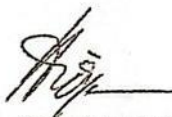
Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting.

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan 41 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~HAJAK LULUS~~

Malang, 3 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji



Widiya Yutanti, M.A (Hons)



Nurudin, S.Sos, M.Si

Mengetahui,

o/Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si

## BERITA ACARA DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Nama : Mazaya Maula

NIM : 202110040311248

| NO. | NAMA LENGKAP                        | ASAL INSTANSI                      | PROGRAM STUDI          | NIM             |
|-----|-------------------------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------|
| 1.  | Finda Anggraini Putri               | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202010040311424 |
| 2.  | Maulana Dwi Fathan                  | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311052 |
| 3.  | Hamdalla Savefana Firdhausi Nuzulla | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311493 |
| 4.  | Della Karunia Septiana              | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311490 |
| 5.  | Affridattul Luulauliya Iqbal        | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311046 |
| 6.  | Annisa Putri Maharani               | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311452 |
| 7.  | Rahmat Fathurahman                  | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311020 |
| 8.  | Alvian Bagas Pratama Putra          | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311272 |
| 9.  | Adrian Tistantio                    | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311457 |
| 10. | Rifki Achmad Nur Gandi Raditya      | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311254 |
| 11. | Maharani                            | Universitas Negeri Malang          | Pendidikan Sejarah     | -               |
| 12. | Baruna Putra                        | Universitas Muhammadiyah Malang    | Hubungan Internasional | 202110360311048 |
| 13. | Athilah Ramadhani                   | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311228 |
| 14. | Naufal Afif Ramadhan                | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311236 |
| 15. | Zaid Hawari                         | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311453 |
| 16. | Stefany Reeds M.R.W                 | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311259 |
| 17. | Margaretha Pricilia A               | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Blitar | Manajemen              | 22211028        |
| 18. | Moh Ferdy Cahya Ramadhan            | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311443 |
| 19. | Sabhina Agni Naenara                | UPN Veteran Jawa Timur             | Administrasi Bisnis    | 21042010125     |
| 20. | Beghawan Ajie Prasetyanto           | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311269 |
| 21. | Ahmad Abdullah Gimnastiar           | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311479 |
| 22. | Muhammad Noor Fu'adi                | Universitas Muhammadiyah Malang    | Ilmu Komunikasi        | 202110040311275 |
| 23. | Santara Diaz                        | Universitas                        | Ilmu Komunikasi        | 202110040311251 |

|     |                               |                                 |                              |                 |
|-----|-------------------------------|---------------------------------|------------------------------|-----------------|
|     | Syahrani                      | Muhammadiyah Malang             |                              |                 |
| 24. | Arya                          | Universitas Muhammadiyah Malang | Teknik Mesin                 | 1152100112      |
| 25. | Arrafi Dwi Lesmana            | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311473 |
| 26. | Sawsan Humayra                | Universitas Gunadarma           | Ekonomi Syariah              | 61221878        |
| 27. | Endri Adi Dianmarta           | Universitas Negeri Malang       | Desain Komunikasi Visual     | -               |
| 28. | Triami                        | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311222 |
| 29. | Mohammad Sauqi Afandi         | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311476 |
| 30. | Muhammad Satria Putra Pratama | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311263 |
| 31. | Alzafira Rhitya Arinda        | Universitas Muhammadiyah Malang | Ekonomi Pembangunan          | 20231080311016  |
| 32. | Dyah Setyowati                | STIKES HAH Tulungagung          | Teknologi Laboratorium Medis | -               |
| 33. | Raflyanto Akbar Syahputro     | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311057 |
| 34. | Zhafira Nur Syahfa            | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311026 |
| 35. | Harsa Kamila                  | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311006 |
| 36. | Dieva Rahmadhani              | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311456 |
| 37. | Affridattul Luulauliya I      | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311046 |
| 38. | Fatma Ratna Sari              | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311031 |
| 39. | Surya Erikho Sasmita          | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311510 |
| 40. | Ageng Prayogi                 | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu Komunikasi              | 202110040311051 |
| 41. | Dimas Rizky Iqtyan Putra      | Universitas Muhammadiyah Malang | Ilmu komunikasi              | 202110040311529 |

Malang, 3 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Widiya Yutanti, M.A (Hons)

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Mazaya Maula. NIM. 202110040311248. Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiyecom terhadap Citra Merek Positif Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang Angkatan 2023 s.d 2025).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan teknologi informasi dan internet yang telah mengubah banyak aspek kehidupan, salah satunya adalah pola perilaku konsumen pada platform Tiktok yang memiliki peningkatan pengguna dari tahun sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak terpaan konten pemasaran media sosial melalui Tiktok @lafiyecom terhadap citra merek positif hijab Lafiye.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *marketing communication* yang menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek mereka. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah kuantitatif dengan tipe asosiatif untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu total sampling dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi.

Penelitian ini melibatkan anggota komunitas Duta Hijab Radar Malang Angkatan 2023 s.d 2025 yang mengetahui merek hijab Lafiye dan tertarik untuk membeli produk Lafiye. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, serta uji hipotesis parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid sebagai alat ukur serta ditemukan hubungan positif yang signifikan antara Komunikasi Pemasaran Digital dan Citra Merek Positif, sehingga hal tersebut memberikan bukti statistik yang kuat mengenai pengaruh komunikasi pemasaran digital terhadap citra merek positif. Penelitian ini membuktikan bahwa strategi Komunikasi Pemasaran Digital yang dilakukan Lafiye melalui Tiktok berhasil membangun dan memperkuat citra positif mereknya di Komunitas Duta Hijab Radar Malang Angkatan 2023 s.d 2025. Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *brand fashion* muslim lainnya dalam mengembangkan strategi Komunikasi Pemasaran Digital mereka.

*Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Citra Merek Positif, Tiktok, Lafiye.*

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Malang, 2 Mei 2025

Peneliti



Mazaya Maula

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh Terpaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital akun TikTok @lafiyecom terhadap Citra Merek Produk Hijab Lafiye (Studi pada Pengguna Hijab di Komunitas Duta Hijab Radar Malang)" ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai.
2. Ayah Eko Saix dan Ibu Tutik Istiyaroh tercinta yang telah memberikan doa, dukungan moril dan materil, serta kasih sayang yang tak terhingga selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dari semester 1 hingga 8 ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
4. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Widiya Yutanti, M.A (Hons) selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Nurudin, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan kritik konstruktif untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama masa perkuliahan.
8. Bapak Rahadi M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
9. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
10. Kedua kakak penulis, yaitu Ulfa Puspitasari dan Syiroj Ubaidillah yang turut serta mendukung dan menyemangati penulis saat mengerjakan skripsi ini dari awal hingga akhir.
11. Teman-teman Abhipraya yaitu Athilah Ramadhani, Meivia Cantika, Triami, Beghawan Ajie, Naufal Afif, dan Muhammad Satria yang selalu mendukung, bersedia belajar, dan berkembang bersama penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang mulai dari semester 1 sampai dengan semester 8 atau dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Alzafira Rhitya, Ellysa Atus, Maharani Nurazizah, Atha Anugerah, Olivia Zarkha, Dyah Setyowati, dan Amelda Arabella yang merupakan teman-teman penulis yang telah mendukung, berbagi ilmu, dan memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
13. Seluruh anggota komunitas Duta Hijab Radar Malang yang telah bersedia memberikan dukungan, inspirasi, dan pengalaman mereka untuk menjadi responden penelitian ini.

14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan dengan ikhlas memberikan doa serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Terakhir, untuk diri saya sendiri, seorang perempuan yang memiliki impian yang tinggi, akan tetapi terkadang kalah dengan isi pikirannya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Mazaya Maula, anak bungsu berusia 22 tahun yang dikenal keras kepala namun terkadang sifatnya tetap seperti anak kecil pada umumnya yang ingin selalu dimanjakan. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, tidak menyerah dari awal sampai akhir, dan tetap menjadi dirimu sendiri. Aku bangga dengan diri saya sendiri yang sudah menyelesaikan skripsi ini dengan baik walaupun tentu saja di tengah pengerjaan selalu ada tantangan seperti rasa malas dan menunda-nunda revisi yang terus menghantui. Saya bersyukur dikelilingi oleh orang-orang baik contohnya mereka yang namanya saya sebutkan diatas ataupun yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT selalu membersamai perjalanan hidup kita dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Malang, 17 Juni 2025

Penulis,

Mazaya Maula

## DAFTAR ISI

|   | Halaman      |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN COVER</b> .....  | <b>i</b>     |
| <b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI</b> .....  | <b>iv</b>    |
| <b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH</b> .....                                      | <b>v</b>     |
| <b>SURAT PERNYATAAN SKRIPSI</b> .....   | <b>vi</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....   | <b>vii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</b> .....                                | <b>viii</b>  |
| <b>TANDA TERIMA PLAGIASI</b> .....  | <b>ix</b>    |
| <b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</b> .....                                     | <b>x</b>     |
| <b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL</b> .....   | <b>xi</b>    |
| <b>BERITA ACARA DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL</b> .....                            | <b>xii</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>xii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>xix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | <b>1</b>     |
| I.1 Latar Belakang Masalah .....  | 1            |
| I.2 Rumusan Masalah .....   | 10           |
| I.3 Tujuan Penelitian.....  | 11           |
| I.4 Manfaat Penelitian.....   | 11           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....  | <b>13</b>    |
| II.1 <i>Marketing Communication</i> .....                                       | 13           |
| II.2 Social Media Marketing .....   | 23           |
| II.3 Teori Penerimaan Teknologi ( <i>Technology Acceptance Model/TAM</i> )..... | 25           |
| II.4 Teori Citra Merek ( <i>Brand Image Theory</i> ).....                       | 30           |
| II.5 Penelitian Terdahulu.....  | 32           |
| II.6 Kerangka Konseptual .....  | 36           |
| II.7 Definisi Operasional.....  | 37           |
| II.8 Definisi Konseptual.....   | 40           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....  | <b>43</b>    |
| III.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....                                  | 43           |
| III.2 Tipe Penelitian.....  | 43           |

|                            |  |           |
|----------------------------|--|-----------|
| III.3                      | Tempat dan Waktu Penelitian .....  | 45        |
| III.4                      | Hipotesis Penelitian .....   | 46        |
| III.5                      | Populasi Dan Sampel.....   | 46        |
| III.5.1                    | Populasi .....   | 46        |
| III.5.2                    | Sampel .....   | 47        |
| III.6                      | Teknik Pengumpulan Data .....  | 48        |
| III.7                      | Teknik Analisis Data .....   | 48        |
| III.8                      | Keabsahan Data .....   | 49        |
| III.9                      | Instrumen Penelitian.....  | 51        |
| <b>BAB IV</b>              | <b>GAMBARAN UMUM OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN .....</b>                   | <b>60</b> |
| IV.1                       | Deskripsi Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian .....                   | 60        |
| IV.1.1                     | Objek Penelitian .....   | 60        |
| IV.1.2                     | Lokasi Penelitian .....  | 61        |
| IV.2                       | Identitas Responden .....  | 61        |
| IV.2.1                     | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....                                | 62        |
| <b>BAB V</b>               | <b>SAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>                                    | <b>64</b> |
| V.1                        | Analisis Data .....  | 64        |
| V.1.1                      | Uji Validitas .....  | 64        |
| V.1.2                      | Uji Reliabilitas.....  | 67        |
| V.1.3                      | Uji Regresi Linear Sederhana.....  | 68        |
| V.1.4                      | Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....                                       | 69        |
| V.2                        | Sajian Data .....  | 70        |
| V.2.1                      | Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....           | 70        |
| V.2.2                      | Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital terhadap Citra Merek..... | 71        |
| V.2.2.1                    | Signifikansi Pengaruh dan Pengujian Hipotesis .....                      | 72        |
| V.2.3                      | Implikasi Temuan Penelitian.....   | 72        |
| <b>BAB VI</b>              | <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>74</b> |
| VI.1                       | Kesimpulan.....  | 74        |
| VI.2                       | Saran .....  | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |  | <b>77</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       |  | <b>80</b> |

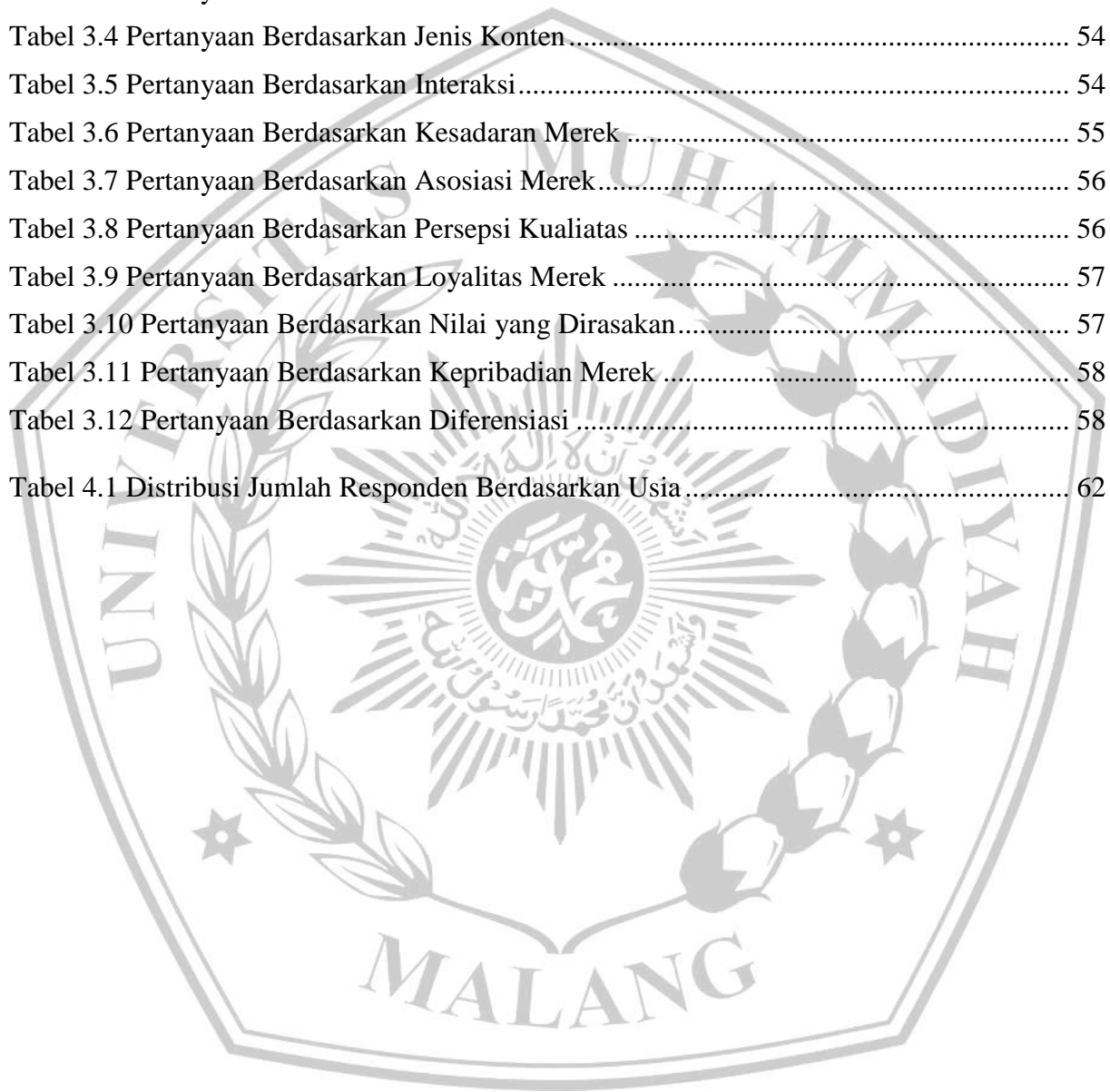
## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2013-2023) ..... | 2  |
| Gambar 1.2 Akun Tiktok @lafiyee.com .....                          | 5  |
| Gambar 4.1 Akun Media Sosial Duta Hijab Radar Malang .....         | 60 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Definisi Operasional .....                         | 37 |
| Tabel 3.1 Pertanyaan Berdasarkan Frekuensi .....             | 52 |
| Tabel 3.2 Pertanyaan Berdasarkan Durasi .....                | 53 |
| Tabel 3.3 Pertanyaan Berdasarkan Intensitas .....            | 53 |
| Tabel 3.4 Pertanyaan Berdasarkan Jenis Konten .....          | 54 |
| Tabel 3.5 Pertanyaan Berdasarkan Interaksi .....             | 54 |
| Tabel 3.6 Pertanyaan Berdasarkan Kesadaran Merek .....       | 55 |
| Tabel 3.7 Pertanyaan Berdasarkan Asosiasi Merek .....        | 56 |
| Tabel 3.8 Pertanyaan Berdasarkan Persepsi Kualiatas .....    | 56 |
| Tabel 3.9 Pertanyaan Berdasarkan Loyalitas Merek .....       | 57 |
| Tabel 3.10 Pertanyaan Berdasarkan Nilai yang Dirasakan ..... | 57 |
| Tabel 3.11 Pertanyaan Berdasarkan Kepribadian Merek .....    | 58 |
| Tabel 3.12 Pertanyaan Berdasarkan Diferensiasi .....         | 58 |
| Tabel 4.1 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Usia ..... | 62 |



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. R. (2021). Hubungan Media Massa online dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Journal Riset Jurnalistik*, 37.
- Annur, C. M. (2023, July 28). *10 Negara dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia Pertengahan 2023*. Dipetik April 17, 2024, dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-pertengahan-2023>
- Annur, C. M. (2023, September 20). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023)*. Dipetik April 18, 2024, dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Awalia, S. (2022). PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE TIME TOKEN TERHADAP MOTIVASI BELAJAR MATEMATIKA SISWA PADA MATERI SEGITIGA DI KELAS VII MTS AMIN DARUSSALAM TEMBUNG TAHUN AJARAN 2021/2022. *JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA*, 1508.
- Bahri, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Damayanti, S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 3*, 854.
- D. Chaffey, F. E.-C. (2016). *Digital Marketing : strategy, implementation and practice*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Gulati, G. (2023, January 30). *Who is Behind Your Favorite Brand: Understanding the People and Processes Behind Your Favorite Products*. Dipetik June 28, 2024, dari About Insider: <https://aboutinsider.com/who-is-behind-your-favorite-brand-understanding-the-people-and-processes-behind-your-favorite-products/>
- Indri, F. Z. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KONSENTRASI PASAR TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG

TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2016-2020. *JURNAL ILMU MANAJEMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7.

- Kurniawati, N. K. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, June 2022, 8 (9), 347-353, 347-353.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi Vol. 8 No. 1*, 83-98.
- Laroche, S. N. (2023). Extracting marketing information from product reviews: a comparative study of latent semantic analysis and probabilistic latent semantic analysis. *Journal of Marketing Analytics*, 15-22.
- Liaqat, I. A. (2023, December 26). *State of the Global Islamic Economy Report*. Retrieved June 15, 2025, from Dinar Standard: <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>
- Maarif, S. D. (2023, September 23). *Teori Komunikasi Pemasaran dan Contohnya*. Dipetik April 19, 2024, dari Tirto.id: <https://tirto.id/teori-komunikasi-pemasaran-dan-contohnya-gPjh>
- Macky, L. D. (2019). Peran Pemasaran Konten Digital dalam Membina Keterlibatan, Kepercayaan, dan Nilai Konsumen: Kerangka Kerja, Proposisi Fundamental, dan Implikasinya. *Jurnal Pemasaran Interaktif*, 27-41.
- Nanda, C. S. (2022). Analisis Marketing Communication dalam Membangun Brand Image melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus pada Kopiria Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume 10, Nomor 2*, 166-180.
- Purwanto, E. (2020). Applying the Technology Acceptance Model to Investigate the Intention to Use E-health: A Conceptual Framework. *Technology Reports of Kamsai University Volume 62 Issue 5*, 2569-2570.
- Reinartz, V. K. (2018). *Customer Relationship Management*. Berlin: John Wiley & Sons.

- Riadi, M. (2021, April 9). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Dipetik April 19, 2024, dari Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Romdonny Jefry, M. L. (2018). Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *IKRAITH EKONOMIKA Vol 1 No 2*, 26.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Suryani, A. I. (2019). Pengaruh Penggunaan Metode Mind Mapping terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Murid Kelas V SDN no. 166 Inpres Bontorita Kabupaten Takalar. *Jurnal Kajian Pendidikan Dasar*, 748-750.
- Tondok, W. S. (2023). PENGARUH ANGKATAN KERJA DAN PENGELUARAN KONSUMSI RUMAH TANGGA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KABUPATEN TANAH TORAJA TAHUN 2011-2021. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 54.
- Tuten, T. (2018). ADVANCING OUR UNDERSTANDING OF THE THEORY AND PRACTICE OF SOCIAL MEDIA MARKETING: INTRODUCTION TO THE SPECIAL ISSUE. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-3.
- Wahab, D. K. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER SASHFIR TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAFIYE. *Universitas Nasional*, 8-9.
- Zanki, H. A. (2020). TEORI PSIKOLOGI DAN SOSIAL PENDIDIKAN (TEORI INTERAKSI SIMBOLIK). *Journal of Pedagogy, Volume 3, Number 2, 2020*, 116-117.
- Zhang, L., Liu, Y. and Chen, J. (2022) Real-Time Marketing Optimization Using Reinforcement Learning: A Case Study. *Marketing Science*, 41, 261-280.