

**PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION,*
DAN *COLLABORATION* PENGGUNAAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI PRODUK IBANA FRUIT
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

DESI FITRIA ARUM SARI



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**

PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION,*
DAN *COLLABORATION* PENGGUNAAN INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI PRODUK IBANA FRUIT
DI KOTA SEMARANG

Oleh

DESI FITRIA ARUM SARI
NIM : 23020322120006

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Progam Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Fitria Arum Sari
N I M : 23020322120006
Progam Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION, DAN COLLABORATION* PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK IBANA FRUIT DI KOTA SEMARANG** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing yaitu: **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik, maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Progam Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2026

Penulis,



Desi Fitria Arum Sari

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION, DAN COLLABORATION* PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK IBANA FRUIT DI KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : Desi Fitria Arum Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 23020322120006

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
Dan dinyatakan lulus pada tanggal ...22 JUN 2026.....

Pembimbing Utama




Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

DESI FITRIA ARUM SARI. 23020322120006. 2026. Pengaruh *Context, Communication, Connection, dan Collaboration* Penggunaan Instagram Terhadap Minat Beli Produk Ibana Fruit Di Kota Semarang (Pembimbing : **KUSTOPO BUDIRAHARJO** dan **HERY SETIYAWAN**).

Media sosial telah menjadi sarana penting dalam menyampaikan informasi produk, termasuk produk buah lokal premium seperti Ibana Fruit. Melalui *platform* Instagram, konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi terkait produk, dan variasi buah yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan penggunaan media sosial Instagram dan minat beli produk Ibana Fruit di Kota Semarang; 2) Menganalisis pengaruh *context, communication, connection, dan collaboration* terhadap minat beli produk Ibana Fruit di Kota Semarang.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025 hingga Februari 2026 dengan objek penelitian pada akun Instagram @ibanafruit yang dikelola oleh PT Cengkeh Zanzibar di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* melalui *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 100 orang dengan kriteria pengikut akun instagram @ibanafruit yang berdomisili di kota Semarang, pernah melihat promosi akun @ibanafruit dan berminat terhadap produk Ibana Fruit. Analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Penggunaan media sosial Instagram oleh Ibana Fruit dilakukan melalui penerapan aspek 4C dalam konten dan aktivitas sosial media pada postingan, *story*, dan *reels* berfungsi sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Keberadaan akun Instagram @ibanafruit diketahui oleh konsumen melalui media sosial itu sendiri dan mampu mempengaruhi minat beli baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini didukung oleh hasil analisis regresi yang menunjukkan bahwa variabel 4C dalam penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. 2) Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *context, communication, connection, dan collaboration* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Ibana Fruit. Secara parsial, variabel *collaboration* dan *connection* berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel *context* dan *communication* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Ibana Fruit di Kota Semarang. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *context, communication, connection, dan collaboration* mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 40%, sedangkan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

KATA PENGANTAR

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mengubah cara perusahaan dalam memasarkan produknya. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi sarana pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan interaktif. Melalui *platform* seperti Instagram, pelaku usaha dapat membangun kedekatan dengan konsumen, menyampaikan informasi produk, serta menciptakan hubungan yang berkelanjutan. Fenomena ini mendorong pentingnya kajian mengenai bagaimana penggunaan Instagram melalui pendekatan *context*, *communication*, *connection*, dan *collaboration* dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Context*, *Communication*, *Connection*, dan *Collaboration* Penggunaan Instagram terhadap Minat Beli Produk Ibana Fruit di Kota Semarang.” Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Anggota dan Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis sekaligus dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta dukungan akademik kepada penulis.

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah memberikan fasilitas serta kemudahan selama masa perkuliahan.
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah mendukung kelancaran proses akademik penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Agribisnis serta Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Bapak Mulyatno dan Ibu Miarsi Pawestri selaku orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, kasih sayang, perhatian, serta semangat yang tiada henti kepada penulis. Segala pengorbanan, kerja keras, dan kepercayaan yang diberikan selama ini menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Adik penulis, Nofsie Astasya Cholifah yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, serta menemani penulis selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan berbagai pengorbanan yang telah diberikan, termasuk kesediaan untuk selalu membantu dan mengalah demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat penulis Ayu Dwi Tyasari dan Rivana Artika Mulyaningrum, yang selalu memberikan motivasi, dukungan mental, dan menjadi tempat berbagi cerita selama proses penyusunan skripsi.

9. Teman-teman seperjuangan Arsy Setyaningrum, Vania Lemuela Rehatta, Nugraini Ayu Nur Azizah, dan Addien Daya Salsabilla, serta teman-teman “Rumkit” yang telah menemani perjalanan perkuliahan sejak awal hingga tahap akhir penyusunan skripsi.
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro yang turut membantu dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi.
11. Seseorang dengan NRP 1725102060054175 yang senantiasa menjadi bagian dari perjalanan penulis selama penyusunan skripsi ini melalui dukungan, perhatian, motivasi, serta kesediaannya untuk menemani dan mendengarkan berbagai keluhan penulis, dan menjadi salah satu penyemangat bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Pimpinan dan seluruh tim Ibana Fruit yang telah memberikan izin penelitian pada objek Ibana Fruit serta membantu menyediakan data dan informasi pendukung yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses pengambilan data maupun penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi penyusunan maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, perusahaan terkait, serta para pembaca pada umumnya.

Semarang, Juni 2026

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Imana Fruit.....	7
2.2. Manajemen Pemasaran	9
2.3. Pemasaran.....	10
2.4. Promosi.....	11
2.5. Media Sosial	13
2.6. Media Sosial Instagram	16
2.7. Minat Beli	17
2.8. Penelitian Terdahulu	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Kerangka Pemikiran	21
3.2. Hipotesis Penelitian	23
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.4. Metode Penelitian	24
3.5. Analisis Data.....	30
3.6. Batasan dan Konsep Pengukuran Variabel	35
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	37

4.1. Latar Belakang Perusahaan	37
4.2. Karakteristik Responden.....	41
4.3. Penggunaan Media Sosial.....	48
4.4. Minat Beli	53
4.5. Produk Ibana Fruit	54
4.6. Uji Instrumen Data	57
4.7. Uji Normalitas	60
4.8. Uji Asumsi Klasik.....	61
4.9. Analisis Regresi Linier Berganda	63
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	82
RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	19
2. Skala Likert.....	29
3. Jenis Kelamin Responden.....	42
4. Usia Responden	44
5. Pendidikan Responden	45
6. Pekerjaan Responden.....	46
7. Pendapatan Responden	47
8. Pengaruh <i>Context</i> Terhadap Minat Beli Ibana Fruit	49
9. Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap Minat Beli Ibana Fruit.....	50
10. Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap Minat Beli Ibana Fruit	51
11. Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap Minat Beli Ibana Fruit.....	52
12. Pengaruh Media Sosial Ibanafruit Terhadap Minat Beli	53
13. Data Minat Beli Produk Ibana Fruit	55
14. Data Harga Produk Ibana Fruit.....	56
15. Hasil Uji Validitas.....	58
16. Hasil Uji Reliabilitas	59
17. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorow-Smirnov Test ..	60
18. Hasil Uji Multikolinearitas	61
19. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	22
2. Akun Instagram @ibanafruit	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Penelitian	82
2. Kuesioner Penelitian.....	83
3. Identitas Responden.....	88
4. Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	93
5. Tabulasi Uji Regresi Linear Berganda.....	94
6. Output Uji Validitas	98
7. Output Uji Reliabilitas.....	101
8. Output Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov	102
9. Output Uji Asumsi Klasik.....	103
10. Output Analisis Regresi Linear Berganda	104
11. Dokumentasi Penelitian	105