



**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ABOUTTNG
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI FOLLOWERS**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun Oleh:

RAKI MUSHADDIQ

44222010084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025



**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ABOUTTNG
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI FOLLOWERS**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu Ilmu
Komunikasi

Disusun Oleh:

RAKI MUSHADDIQ

44222010084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raki Mushaddiq

NIM : 44222010084

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Konten Instagram @abouttng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2025


Raki Mushaddiq

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Raki Mushaddiq

NIM : 44222010084

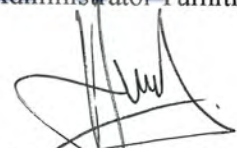
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Pengaruh Konten Instagram @abouttng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 30 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Raki Mushaddiq
NIM : 44222010084
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Instagram @abouttng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing



(Dr. A. Rahman HI, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0330126403

MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2025

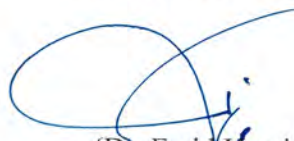
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul *“Pengaruh Konten Instagram @abouttng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.”* Tugas akhir skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang Studi Public Relations. Dalam proses penyusunannya, penulis tentu menemui berbagai tantangan dan hambatan. Namun berkat dukungan dan arahan dari berbagai pihak, semua proses tersebut dapat dilalui dengan baik. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk bimbingan, dukungan, maupun motivasi. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Dr. A. Rahman, HI, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kontribusi besar dalam meluangkan pikiran, waktu dan juga perhatian dalam membrikan arahan, dukungan, saran serta semangat bagi peneliti.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mengajar dan mendidik peneliti dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang bermanfaat dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Kepada orang tua peneliti Ibu Atikah dan Bapak Sutisna Fadmadihardjo tercinta, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti dalam bentuk moril maupun materil, serta kasih sayang dan doa-doa yang selalu dipanjatkan tiada henti.
6. Kepada kakak Perempuan peneliti Riqqah Nidhakhatani yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada peneliti.

7. Kepada teman seperjuangan peneliti di Universitas Mercu Buana Jakarta yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, yang saling mendorong, membantu dan saling menyemangati serta memotivasi selama proses penulisan Tugas Akhir.
8. Seluruh responden yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan partisipasi untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu atas segala bantuannya kepada peneliti.
10. Kepada peneliti, Raki Mushaddiq. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, terimakasih atas perjuangan selama menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini, serta bertanggung jawab atas langkah yang sudah diambil.



Jakarta, 1 Desember 2025

Raki Mushaddiq

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raki Mushaddiq
NIM : 44222010084
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Instagram @aboutng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 30 Desember 2025
Yang menyatakan,



Raki Mushaddiq

“PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @ABOUTTNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS”

RAKI MUSHADDIQ

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah menggeser pola konsumsi informasi masyarakat dari media konvensional ke platform digital seperti Instagram. Akun @abouttng hadir sebagai media informasi lokal yang krusial bagi masyarakat Tangerang di tengah arus informasi digital yang sangat cepat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena ketergantungan *followers* terhadap konten digital untuk memenuhi kebutuhan informasi harian mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis besarnya pengaruh konten Instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya. Penelitian ini menggunakan landasan teori *Uses and Gratifications* yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam memilih media untuk mencapai tujuan tertentu. Fokus utama adalah sejauh mana konten yang disajikan mampu memberikan kepuasan informasional bagi para pengikutnya.

Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* terhadap 100 responden yang merupakan *followers* aktif akun @abouttng. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana serta uji koefisien determinasi melalui perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara konten Instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,763, yang berarti konten berkontribusi sebesar 76,3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Mayoritas responden merasa terbantu oleh ringkasan informasi yang cepat dan padat.

Kesimpulan penelitian ini adalah konten @abouttng efektif memenuhi kebutuhan informasi, terutama pada dimensi *catching up need*. Peneliti menyarankan peningkatan kreativitas pada fitur *Reels* untuk mempertahankan keterikatan audiens. Hasil ini memperkuat teori *Uses and Gratifications* bahwa konten yang relevan secara langsung berbanding lurus dengan kepuasan kebutuhan informasi.

Kata kunci: Konten Instagram, Kebutuhan Informasi, Media Sosial, Followers

***“THE EFFECT OF INSTAGRAM @ABOUTTNG CONTENT ON
FOLLOWERS’ INFORMATION NEEDS FULFILLMENT”***

RAKI MUSHADDIQ

ABSTRACT

Information technology development has shifted consumption patterns from conventional media to digital platforms like Instagram. The @abouttng account serves as a crucial local information medium for the Tangerang community amidst rapid digital information flows. This research is driven by followers' dependence on digital content to satisfy their daily information needs.

The objective of this study is to analyze the influence of @abouttng's Instagram content on fulfilling followers' information needs. This study applies the Uses and Gratifications theory, viewing the audience as active participants in selecting media to achieve specific goals. The primary focus is the extent to which presented content provides informational satisfaction to followers.

The methodology utilizes a quantitative approach with a survey method. The sampling technique employed purposive sampling of 100 active followers of the @abouttng account. Data were collected via questionnaires and analyzed using simple linear regression and coefficient of determination tests via SPSS software.

The results show a positive and significant influence of @abouttng's Instagram content on fulfilling information needs. This is evidenced by a coefficient of determination (R^2) of 0.763, meaning the content contributes 76.3% to followers' information fulfillment. Most respondents found the concise and rapid information summaries helpful.

The conclusion is that @abouttng's content effectively meets information needs, especially in the catching-up need dimension. The researcher suggests enhancing creativity in the Reels feature to maintain audience engagement. These results reinforce the Uses and Gratifications theory that relevant content directly correlates with informational satisfaction.

Keywords: Instagram Content, Information Needs, Social Media, Followers

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis.....	26
2.2.1 Komunikasi	26
2.2.2 Public Relations.....	29
2.2.3 Teori Uses and Gratifications.....	31
2.2.4 Teori Depedency (Ketergantungan)	34
2.2.5 Media Baru.....	36
2.2.6 Media Sosial.....	38

2.2.7 Instagram.....	40
2.2.8 Kebutuhan Informasi.....	42
2.3 Hipotesis Teori	45
BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Paradigma Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	48
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.4 Operasionalisasi Konsep	50
3.4.1 Definisi Konsep.....	50
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Data Primer	53
3.5.2 Data Skunder	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	58
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi.....	59
3.7.3 Uji Regresi.....	59
3.7.4 Uji T	60
3.7.5 Uji F.....	60
BAB IV	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Abouttng.....	62
4.2 Hasil Penelitian	63

4.2.1	Identitas Responden	63
4.2.2	Analisis Variabel X (Konten Instagram @abouttng)	69
4.2.3	Analisis Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)	81
4.3	Hasil Analisis Data	93
4.3.1	Transformasi Data dengan <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	93
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi	93
4.3.3	Uji Regresi	94
4.3.4	Uji T	95
4.4	Pembahasan	96
BAB V		100
KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	100
5.2.1	Saran Akademis	100
5.2.2	Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		105



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan Pemenuhan 15 Kategori Konten IG @abouttng	4
Tabel 1. 2 Novelty Penelitian.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	51
Tabel 3. 2 Skala Likert	54
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X	55
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y	56
Tabel 3. 5 Uji Realibilitas Variabel.....	58
Tabel 4. 1 Kategori Usia Responden.....	64
Tabel 4. 2 Kategori Gender Responden	64
Tabel 4. 3 Kategori Status Pekerjaan Responden	65
Tabel 4. 4 Mapping Responden sebagai Followers @abouttng.....	65
Tabel 4. 5 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Instagram oleh Responden	66
Tabel 4. 6 Frekuensi Interaksi pada Konten IG @abouttng.....	66
Tabel 4. 7 Pemanfaatan Informasi Konten IG @abouttng oleh Responden	67
Tabel 4. 8 15 Kategori Informasi Konten IG @abouttng	67
Tabel 4. 9 Dimensi Feed Post 1	69
Tabel 4. 10 Dimensi Feed Post 2	69
Tabel 4. 11 Dimensi Feed Post 3	70
Tabel 4. 12 Dimensi Feed Post 4	71
Tabel 4. 13 Dimensi Story 1	71
Tabel 4. 14 Dimensi Story 2	72
Tabel 4. 15 Dimensi Story 3	73
Tabel 4. 16 Dimensi Story 4	74
Tabel 4. 17 Dimensi Story Highlight 1	75
Tabel 4. 18 Dimensi Story Highlight 2	76
Tabel 4. 19 Dimensi Story Highlight 3	77
Tabel 4. 20 Dimensi Story Highlight 4	78
Tabel 4. 21 Dimensi Reels 1	78

Tabel 4. 22 Dimensi Reels 2	79
Tabel 4. 23 Dimensi Reels 3	80
Tabel 4. 24 Dimensi Reels 4	80
Tabel 4. 25 Dimensi Current Need Approach 1.....	81
Tabel 4. 26 Dimensi Current Need Approach 2.....	82
Tabel 4. 27 Dimensi Current Need Approach 3.....	83
Tabel 4. 28 Dimensi Current Need Approach 4.....	83
Tabel 4. 29 Dimensi Everyday Need Approach 1.....	84
Tabel 4. 30 Dimensi Everyday Need Approach 2.....	85
Tabel 4. 31 Dimensi Everyday Need Approach 3.....	86
Tabel 4. 32 Dimensi Exhaustic Need Approach 1	87
Tabel 4. 33 Dimensi Exhaustic Need Approach 2	88
Tabel 4. 34 Dimensi Exhaustic Need Approach 3	89
Tabel 4. 35 Dimensi Exhaustic Need Approach 4	89
Tabel 4. 36 Dimensi Chatching Need Approach 1	90
Tabel 4. 37 Dimensi Chatching Need Approach 2	91
Tabel 4. 38 Dimensi Chatching Need Approach 3	91
Tabel 4. 39 Dimensi Chatching Need Approach 4	92
Tabel 4. 40 Ringkasan Hasil Transformasi MSI Variabel X dan Y.....	93
Tabel 4. 41 Model Summary.....	94
Tabel 4. 42 Coefficients ^a	95
Tabel 4. 43 Hasil Uji t.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan Tahun 2024.....	2
Gambar 1.2 Akun Instagram @abouttng	3
Gambar 1.3 Postingan Konten IG @abouttng (Kategori Budaya Lokal)	4
Gambar 1.4 Postingan Konten IG @abouttng (Kategori Event)	5
Gambar 3.1 Populasi Followers Instagram @abouttng	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner.....	105
Lampiran. 2 Uji Validitas Variabel X.....	109
Lampiran. 3 Uji Reliabilitas Variabel X.....	109
Lampiran. 4 Uji Validitas Variabel Y.....	110
Lampiran. 5 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	110
Lampiran. 6 Tabulasi Data Variabel X.....	110
Lampiran. 7 Tabulasi Data Variabel Y.....	113
Lampiran. 8 Uji Karakteristik Responden.....	116
Lampiran. 9 Uji Deskriptif Variabel X.....	118
Lampiran. 10 Uji Deskriptif Variabel Y.....	122
Lampiran. 11 Hasil Transformasi Data Interval Variabel X.....	126
Lampiran. 12 Hasil Transformasi Data Interval Variabel Y.....	129
Lampiran. 13 Uji Koefisien Determinasi.....	133
Lampiran. 14 Uji Regresi Linear Sederhana.....	133
Lampiran. 15 Uji T.....	133
Lampiran. 16 Curriculum Vitae.....	134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA