



**PENGARUH TRAILER FILM JUMBO DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP MINAT MENONTON
PADA *FOLLOWERS* AKUN @jumbofilm_id DI BIOSKOP**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
DINA AMALIA
44122010023

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

2026



**PENGARUH TRAILER FILM JUMBO DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP MINAT MENONTON
PADA *FOLLOWERS* AKUN @jumbofilm_id DI BIOSKOP**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DINA AMALIA

44122010023

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

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Trailer Film Jumbo Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Pada *Followers* Akun @Jumbofilm_Id Di Bioskop.”

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.

Jakarta, 23 Februari 2026



Dina Amalia

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Dengan judul “Pengaruh Trailer Film Jumbo Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Pada Followers Akun @jumbofilm_id Di Bioskop” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 30%

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Februari 2026
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 : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Trailer Film Jumbo Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Pada *Followers* Akun @Jumbofilm_Id Di Bioskop.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 Februari 2026 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



UNIVERSITAS
(Andri Budrwidodo, S.Si,M.IKom)

NIDN : 0313037302

MERCU BUANA

Jakarta, 25 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN :118900633

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
4. Ibu Dr. SM Niken Restaty, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Kampus Cabang (Menteng) Universitas Mercu Buana;
5. Bapak H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
6. Seluruh Dosen Pengajar dan staf akademik Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu;
6. Ibu Rika Purwasih & Bapak Toyib selaku orangtua yang telah berjuang memberikan segala hal untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
7. Seperjuangan saya Nabiil Ikhwal Arrafi dan Rakha Fahlevi yang memberikan dukungan serta ikut berjasa menyelesaikan Tugas Akhir;
8. Pic saya Ka Sugandi Prayoga yang memberi dukungan semangat kepada penulis;
9. Kepada kaka saya Dini Damayanti, ka Deswita Maharani dan ka Farah Azzahra selaku orang yang berjasa menyelesaikan Tugas Akhir;

10. Kepada Najwa Afina selaku Adik saya yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis;
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu;
12. Serta penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah mampu menyelesaikan pendidikan sarjana;

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 23 Februari 2026

Dina Amalia

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Trailer Film Jumbo Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Pada *Followers* Akun @Jumbofilm_Id Di Bioskop.

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/forman-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Februari 2026

Yang menyatakan,

Dina Amalia

ABSTRAK

Nama : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Trailer Film Jumbo Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Pada *Followers* Akun @Jumbofilm_Id Di Bioskop.
Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si,M.Ikom

Perkembangan media digital, khususnya Instagram, menjadikan media sosial sebagai sarana efektif dalam kegiatan promosi film. Trailer film yang dipublikasikan melalui Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi pemasaran untuk membangun ketertarikan dan minat menonton audiens di bioskop. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh trailer film Jumbo di media sosial Instagram terhadap minat menonton pada *followers* akun @jumbofilm_id di bioskop.

Penelitian ini menggunakan model Stimulus-Organism-Response (S-O-R) sebagai landasan teoritis. Dalam penelitian ini, trailer film di Instagram diposisikan sebagai stimulus (variabel X), yang memengaruhi aspek kognitif dan afektif audiens sebagai organism, sehingga menghasilkan respons berupa minat menonton (variabel Y). dianalisis melalui dimensi perhatian, ketertarikan, dan keinginan untuk menonton.

Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif, paradigma positivistik dan metode survei. Populasi penelitian adalah *followers* akun Instagram @jumbofilm_id dengan jumlah sampel sebanyak 136 responden yang ditentukan melalui teknik penarikan sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial, yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas), uji korelasi *Pearson Product Moment*, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t). Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,074 ($> 0,05$), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa trailer film Jumbo di media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton pada *followers* akun @jumbofilm_id di bioskop. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,826 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi sebesar 68,2% menunjukkan bahwa variabel trailer film memberikan kontribusi terhadap minat menonton, sedangkan 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 16,955 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa trailer film melalui Instagram memiliki peran penting dalam meningkatkan minat menonton audiens di bioskop melalui penyajian pesan yang menarik, informatif, dan mampu memengaruhi aspek kognitif serta afektif *followers*.

Kata kunci: trailer film, film jumbo, instagram, model s-o-r, minat menonton.

ABSTRACT

Name : Dina Amalia
NIM : 44122010023
Faculty / Study Program : Communication Studies / Communication Studies
Thesis Title : *The Influence of the Promotion of the Jumbo Film Trailer on Instagram on the Viewing Interest of Followers of the @jumbofilm_id Account in Cinemas*
Counsellor : Andri Budiwidodo, S.Si,M.IKom

The development of digital media, particularly Instagram, has positioned social media as an effective platform for film promotion. Film trailers published on Instagram function not only as informational media but also as marketing communication strategies to build audience interest and intention to watch films in cinemas. Based on this phenomenon, this study aims to examine the effect of the Jumbo film trailer on Instagram on the viewing interest of followers of the @jumbofilm_id account in cinemas.

This study employs the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model as its theoretical framework. In this research, the film trailer on Instagram is positioned as the stimulus (independent variable), which influences the cognitive and affective aspects of the audience as the organism, thereby generating a response in the form of viewing interest (dependent variable). Viewing interest is analyzed through the dimensions of attention, interest, and intention to watch.

This study employs an explanatory research design with a quantitative approach, positivistic paradigm and a survey method. The population consists of followers of the @jumbofilm_id Instagram account, with a sample of 136 respondents selected through a sampling technique. Data were collected using questionnaires and analyzed through descriptive and inferential statistics, including the classical assumption test (normality test), Pearson Product-Moment correlation, simple linear regression, coefficient of determination, and t-test. The normality test using the Kolmogorov-Smirnov method showed a significance value of 0.074 (> 0.05), indicating that the data were normally distributed and met the classical assumptions.

The results indicate that the Jumbo film trailer on Instagram has a positive and significant effect on viewing interest among followers of the @jumbofilm_id account in cinemas. The correlation coefficient of 0.826 indicates a very strong relationship between the variables. The coefficient of determination of 68.2% shows that the trailer variable contributes 68.2% to viewing interest, while the remaining 31.8% is influenced by other factors outside this study. The t-test result shows a t-value of 16.955 with a significance level of < 0.05 , meaning that the research hypothesis is accepted.

Based on these findings, it can be concluded that film trailer promotion through Instagram plays an important role in increasing audience viewing interest in cinemas by delivering attractive and informative messages that influence followers' cognitive and affective aspects.

Keywords: film trailer, Instagram, S-O-R model, viewing interest, Jumbo film.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teoretis	23
2.2.1. Komunikasi Massa	23
2.2.2 Teori Stimulus-Response.....	25
2.2.3 Media Baru	30
2.2.4 Media Sosial	32
2.2.5 Trailer	36
2.2.6 Film.....	40
2.2.7 Minat Menonton	44
2.2.8 Khalayak.....	47
2.3 Hipotesis Teori	49

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1	Paradigma Penelitian	51
3.2	Metode penelitian	51
3.3	Populasi dan Sampel.....	52
3.3.1	Populasi	52
3.3.2	Sampel	52
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	53
3.4	Definisi Konsep Dan Operasionalisasi Konsep.....	54
3.4.1	Definisi Konsep	54
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1	Data Primer :	59
3.5.2	Data Sekunder	60
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
3.5.4	Waktu dan Periode Penelitian.....	63
3.6	Teknik Analisa Data	64
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	64
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.6.3	Analisis Inferensial.....	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....	69
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1	Gambaran Tentang Perusahaan.....	69
4.1.1.1	Profile Film	69
4.1.1.2	Promosi yang dilakukan Film Jumbo.....	70
4.1.1.3	Trailer Film Jumbo.....	71
4.2.	Hasil Penelitian	72
4.2.1.	Karakteristik Responden	72
4.2.2	Hasil Penelitian Variabel X (Trailer Film Jumbo).....	73
4.2.3.	Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Menonton).....	78
4.2.4	Uji Normalitas.....	86
4.2.5	Uji Korelasi (<i>Pearson product moment correlation</i>).....	87

4.2.6 Uji Koefesien Determinasi (KD)	87
4.2.7 Uji Pengaruh (Regresi Linier Sederhana).....	88
4.2.8 Hipotesis Statistik (Uji t).....	88
4.3. Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	106



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep Variabel X.....	56
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Variabel Y.....	57
Tabel 3.3 Pengukuran Kuesioner	59
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	61
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	61
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel X.....	63
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y.....	63
Tabel 3.8 Analisis Korelasi.....	67
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Usia.....	72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pekerjaan.....	73
Tabel 4.4 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X1.....	74
Tabel 4.5 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X2.....	74
Tabel 4.6 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X3.....	75
Tabel 4.7 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X4.....	75
Tabel 4.8 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X5.....	76
Tabel 4.9 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X6.....	76
Tabel 4.10 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X7.....	77
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Item Pernyataan dan Ranging X.....	77
Tabel 4.12 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y1.....	78
Tabel 4.13 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y2.....	78
Tabel 4.14 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y3.....	79
Tabel 4.15 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y4.....	80
Tabel 4.16 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y5.....	80
Tabel 4.17 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y6.....	81
Tabel 4.18 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y7.....	81
Tabel 4.19 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y8.....	82
Tabel 4.20 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y9.....	82
Tabel 4.21 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y10.....	83

Tabel 4.22 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y11.....	83
Tabel 4.23 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y12.....	84
Tabel 4.24 Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y13.....	84
Tabel 4.25 Skor Rata-Rata Item Pernyataan dan Ranging Y.....	85
Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.27 Hasil Uji Korelasi.....	87
Tabel 4.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	88
Tabel 4.30 Hasil Uji t	89



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

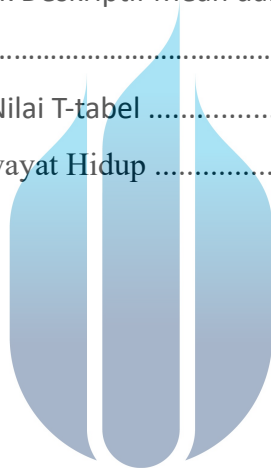
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Populasi Digital di Indonesia	2
Gambar 1.2 Media Sosial Favorit.....	3
Gambar 1.3 Akun Official Jumbo Film.....	5
Gambar 1.4 Tiga Film Indonesia Terlaris Sepanjang Masa	7
Gambar 1.5 Grafis Peningkatan Penonton	8
Gambar 1.6 Film Animasi Buatan Indonesia Terlaris	9
Gambar 1.7 Trailer Film Jumbo di Instagram	11
Gambar 2.1 Model Teori SOR	27
Gambar 2.2 Kerangka Analisis.....	50
Gambar 4.1 Official Trailer Jumbo.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	106
Lampiran 2. Uji Validitas X	111
Lampiran 3. Uji Validitas Y	112
Lampiran 4. Kriteria Responden	113
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel X	114
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Variabel Y	115
Lampiran 7. Hasil Statistik Deskriptif Mean dan Median Variabel X.....	117
Lampiran 8. Hasil Statistik Deskriptif Mean dan Median Variabel Y.....	118
Lampiran 9. Hasil Uji T.....	118
Lampiran 10. Distribusi Nilai T-tabel	119
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup	120



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA