



**PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA PADA AKUN
INSTAGRAM @TRANSGO.ID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI FOLLOWERS**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Ageng Setiadi Ari Wibowo

(44220010263)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM	: 44220010263
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh Penggunaan Sosial Media pada akun Instagram @transgo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 1 Juli 2025



Nama Mahasiswa.

Ageng Setiadi Ari Wibowo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM : 44220010263
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan
Media sosial pada akun Instagram @Transgo.id terhadap
pemenuhan kebutuhan informasi Followers

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

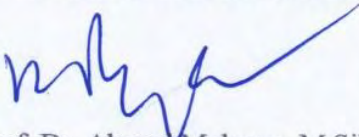
Pembimbing I : Dr Enjang Pera Irawan, M.I.Kom
NIDN : 0322028702
Ketua Penguji : Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom
NIDN : 0322088201
Penguji Ahli : Rica Yessica Rahma S.Psi, M.Ikom
NIDN : 0314057804

()
()
()


Jakarta, 15 Juli 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM	: 44220010263
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh Penggunaan Sosial Media pada akun Instagram @transgo.id 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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



(nama mahasiswa)

Ageng Setiadi Ari Wibowo

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM : 44220010263
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Dengan judul "Pengaruh penggunaan media sosial pada akun Instagram @transgo.id Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Juli 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 27%

Jakarta, 11 Juli 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, S.Kom

ABSTRAK

Nama : Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM : 44220010263
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Sosial Media pada Instagram @transgo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers
Pembimbing : Dr Enjang Pera Irawan,
M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @transgo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Latar belakang penelitian ini adalah tingginya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi, termasuk dalam layanan rental kendaraan.

Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 pengikut akun @transgo.id. Teori Uses and Gratification digunakan untuk menganalisis motivasi audiens dalam mencari informasi.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Temuan ini diharapkan menjadi acuan dalam optimalisasi media sosial untuk komunikasi dan pelayanan informasi.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, Informasi, Pengikut, Public Relations

ABSTRACT

Name : Ageng Setiadi Ari Wibowo
NIM : 44220010263
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Tittle : Pengaruh Penggunaan Sosial Media pada Instagram @transgo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers
Counsellor : Dr Enjang Pera Irawan,
M.Ikom

This study aims to examine the influence of using the Instagram account @transgo.id on fulfilling followers' information needs. The background of this research is the increasing use of social media as an information source, including for vehicle rental services.

The research employed a quantitative method by distributing questionnaires to 100 followers of @transgo.id. The Uses and Gratification theory was applied to analyze audience motivation in seeking information.

The results show a positive and significant influence of Instagram usage on meeting followers' information needs. These findings are expected to serve as a reference for optimizing social media in communication and service delivery.

Keywords : *Instagram, Social Media, Information, Followers, Public Relations*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Penggunaan Sosial Media pada akun instagram @transgo.id terhadap pemenuhan informasi followers". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Hubungan Masyarakat pada Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini ada banyak sekali kesalahan, keraguan, dan juga kekeliruan yang menimpa dalam proses penulisan penelitian ini. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis dari berbagai pihak, khususnya dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, dan dukungan dari setiap proses penulisan. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yaitu :

1. Bapak Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan kritik yang membangun, dan juga telah mempercayakan penulis untuk melakukan sidang proposal dan sidang tugas akhir.
2. Ibu Yessica Rahma, S.Psi, M.Ikom selaku Penguji ahli dalam sidang tugas akhir saya yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun selama pelaksanaan sidang.
3. Ibu Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom, selaku ketua sidang dalam pelaksanaan tugas akhir saya yang juga telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan yang diteliti.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si, selaku ketua program studi fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu per satu, atas segala ilmu yang sudah diberikan.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Handoko Arifbudianto dan Ibu Sri Bagiyani, yang selalu menjadi alasan dan motivasi utama saya dalam menjalani perkuliahan dari semester awal sampai akhir.
7. Muhammad Qolbu Almarifah, selaku founder dari transgo yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti perusahaannya dan telah senantiasa membantu dalam menyiapkan data data yang bisa dijadikan bahan penelitian.
8. Teman-teman terdekat penulis di kampus, Ircham Rafi, Andhika Pratama, M. Abdul Fattah R, Mikhail Ramadhan, dan Fauzul Akbar karena telah memberikan semangat, saran, motivasi, serta dukungan bagi penulis hingga saat ini.
9. Siti Lilis Kholishoh yang telah menjadi tempat berkeluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Cornellius Yusuf Rombot, M Fachri Habibi, M Iqbal Assyegaf, dan Arie Ramadhan Purtrianto yang telah memberikan dukungan secara moral dan terus menyemangati penulis dalam melakukan penelitian ini.
11. Marshall Romiz Taufiqurrahman dan Muhammad Nauval Mustiq yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam proses pengolahan data menggunakan SPSS diluar perkuliahan.
12. Seluruh teman saya dalam grup THE KIANSS yang telah memberikan saya dukungan dan selalu senantiasa mengingatkan saya untuk tetap konsisten dalam melakukan penulisan skripsi ini.
13. Seluruh teman teman prodi Public Relations Menteng selaku teman seperjuangan yang turut serta memberikan motivasi, dukungan dan saran kepada penulis, serta pihak-pihak lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan dan kelalaian karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang tidak dapat dihindari. Sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat

membangun dari seluruh pihak demi kemajuan penulis. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat membantu dan menambah pengetahuan untuk seluruh pembaca.



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Karya Sendiri.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan Publikasi.....	iv
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Komunikasi.....	24
2.3 Uses and gratification.....	25
2.4 New Media.....	26
2.4.1 Penggunaan Media Sosial.....	28
2.5 Kebutuhan Informasi.....	29
2.6 Instagram.....	30
2.7 Followers.....	31
2.8 Hipotesis Teori.....	32
2.9 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Periode Riset.....	36

3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.5 Definisi dan Operasionalisasi kon	40
3.5.1 Definisi Konsep.....	40
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	41



3.5.3 Data Primer	43
3.5.4 Data Sekunder	43
3.5.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1 Analisis Regresi Line.	46
3.6.2 Uji Parsial.....	47
BAB IV	48
PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	50
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	52
4.3 Hasil Penelitian.....	53
4.3.1 Identitas Responden	54
4.3.2 Jenis Kelamin.....	54
4.3.3 Analisa Kuesioner	55
4.3.3.1 Variabel X.....	55
4.3.3.2 Variabel Y.....	71
4.3.3.3 Total Skor Variabel X	85
4.3.3.4 Total Skor Variabel Y	87
4.3.4 Hasil Analisis Data.....	89
4.3.4.1 Uji Koefisien Determinasi	89
4.3.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	90
4.3.4.3 Uji T (Parsial)	91
4.4 Pembahasan	92
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97

5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis.....	97
5.2.1 Saran Praktis.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2 Alur Hipotesis	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	42
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X	51
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.5 “Unggahan menggunakan bahasa yang mudah dipahami”	55
Tabel 4.6 “Unggahan tentang informasi unit mudah dipahami”	57
Tabel 4.7 “Seluruh isi konten menarik perhatian”	58
Tabel 4.8 “Pernah mengirim pesan lewat Direct Message”	60
Tabel 4.9 “Melakukan Interaksi (Like dan Komentar)”	61
Tabel 4.10 “Pernah Melakukan Repost”	63
Tabel 4.11 “Pernah menyebarkan Informasi”	64
Tabel 4.12 “Unggahan berisikan informasi yang bisa digunakan”	66
Tabel 4.13 “Akun cenderung aktif dalam mengunggah instastory”	67
Tabel 4.14 “Memperluas relasi baru setelah aktif berinteraksi”	69
Tabel 4.15 “Mendapatkan respon yang baik ketika bertanya”	70
Tabel 4.16 “Memperoleh informasi terupdate terhadap unit kendaraan	72
Tabel 4.17 “Terhibur dengan unggahan”	73
Tabel 4.18 “Menyediakan Informasi yang dibutuhkan”	74
Tabel 4.19 “Mendapat Informasi terkait unit yang siap sewa”	75
Tabel 4.20 “Mengakses akun secara rutin”	76
Tabel 4.21 “Menyebarkan Informasi yang variatif”	77
Tabel 4.22 “Mendapatkan informasi terkait unit siap sewa”	78
Tabel 4.23 “Mendapatkan informasi yang relevan”	79
Tabel 4.24 “Bahasa yang digunakan mudah dimengerti”	80
Tabel 4.25 “Selalu mengharapkan Update dari akun”	81
Tabel 4.26 “Memahami Informasi meski berbentuk singkat”	82
Tabel 4.27 “Akun memberikan informasi yang singkat, padat, jelas”	83
Tabel 4.28 “Mengetahui ketersediaan informasi”	84
Tabel 4.29 Total Skor Variabel X	85

Tabel 4.30 Total Skor Variabel Y.....87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan usia	3
Gambar 1.2 Presentase Sosial media terbanyak digunakan.....	4
Gambar 1.3 Alasan utama yang melatarbelakangi penggunaan internet.....	5
Gambar 1.4 Tampilan akun instagram transgo	6
Gambar 1.5 Contoh isi konten transgo.....	7
Gambar 1.6 Video youtube Podcast owner transgo	8
Gambar 1.7 Tampilan akun transgo dari sudut pandang pemilik.....	9
Gambar 1.8 Competitor transgo Nabhanrentcar	10
Gambar 1.9 Kompetitor transgo Kokorentcar	11
Gambar 1.10 Postingan Kokorentcar.....	12
Gambar 3.1 Followers akun instagram transgo	37
Gambar 4.1 Gambaran umum objek penelitian	48
Gambar 4.2 Hasil Koefisien Determinasi	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	90
Gambar 4.4 Hasil Uji T	91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA