



**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT.
KLIN WATER @KLINWATER.OFFICIAL TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN JASA DETOX PIPA**

(Survei Pada *Followers* Instagram @Klinwater.Official)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**ANANDA FARID REVIANSYA ADHIEJAYA DJALLE
44322110014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT.
KLIN WATER @KLINWATER.OFFICIAL TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN JASA DETOX PIPA**

(Survei Pada *Followers* Instagram @Klinwater.Official)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**ANANDA FARID REVIANSYA ADHIEJAYA DJALLE
44322110014**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Farid Reviansya A. D.

NIM : 44322110014

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis berjudul:

“Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water @Klinwater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa (Survei Pada *Followers* Instagram @Klinwater.Official)” 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, 19 Agustus 2026



Ananda Farid Reviansya A. D.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Ananda Farid Reviansya Adhieyaya Djalle
NIM : 44322110014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water @KlinWater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 23%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 20 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, M.I.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

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ananda Farid Reviansya Adhieja Djalle
NIM : 44322110014
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Lapooran Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water @KlinWater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa (Survei Terhadap Followers Instagram @KlinWater.Official)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Agustus 2026 di hadapan Dewan Penguji 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



(Sugihantoro, S.Sos, M.I.kom)
NIDN/NUPTK: 0330117306

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



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



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penelitian ini. Shalawat dan salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyusunan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water @Klinwater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa (Survei Pada *Followers* Instagram @Klinwater.Official)” adalah untuk menganalisis efektivitas strategi pemasaran digital melalui Konten Media Instagram. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana Konten Media Instagram dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Sugihantoro, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang bersedia memberi arahan dan bimbingan selama penulis menyusun proposal ini.
5. Kedua orang tua saya, Bapak Hamsyadjaya dan Ibu Yanti Herawati yang senantiasa memberikan doa dan dukungan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada seseorang yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan keceriaan di setiap langkah penulisan

skripsi ini. Kehadiran dan perhatian yang diberikan sangat berarti bagi penulis, serta menjadi salah satu alasan penulis terus melangkah maju hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

7. Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Tanpa partisipasi dan kesediaan responden dalam memberikan data yang jujur dan akurat, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran digital.



Jakarta, Agustus 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ananda', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

Ananda Farid Reviansya A. D.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Ananda Farid Reviansya Adhieja Djalles
NIM : 44322110014
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water Instagram @KlinWater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa (Survei Terhadap Followers Instagram @KlinWater.Official)
Pembimbing : Sugihantoro, S.Sos., M.Ikom.

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, 19 Agustus 2026

Yang menyatakan,


Ananda Farid Reviansya A.D.

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT KLIN
WATER @KLINWATER.OFFICIAL TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN JASA DETOX PIPA (SURVEI PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @KLINWATER.OFFICIAL)
ANANDA FARID REVIANSYA ADHIEJAYA DJALLE**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Konten Media Sosial Instagram PT. Klin Water @KlinWater.Official Terhadap Minat Menggunakan Jasa Detox Pipa (Survei Terhadap *Followers* Instagram @KlinWater.Official)". Konten media sosial merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran digital yang berfungsi menjadi sarana edukasi sekaligus promosi bagi perusahaan kepada audiensnya di *platform* Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara konten media sosial Instagram @klinwater.official terhadap minat menggunakan jasa detox pipa. *Grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan mengakses konten untuk memenuhi kebutuhan informasi tertentu, yang dalam penelitian ini diperkuat dengan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) untuk menjelaskan tahapan perilaku konsumen digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dimana data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebarkan kepada *followers* akun Instagram @klinwater.official. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan *followers* yang berpotensi telah terpapar konten Instagram Klin Water. Jumlah sampel sebanyak 100 responden setelah dihitung menggunakan rumus Yamane dari populasi sebesar 74.700 *followers*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel konten media sosial dan minat menggunakan jasa dengan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,724. Uji hipotesis menghasilkan nilai *t*-hitung sebesar 10,394 dengan signifikansi 0,000 yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara konten media sosial dan minat menggunakan jasa. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 52,4% menandakan bahwa konten media sosial berkontribusi terhadap minat menggunakan jasa detox pipa Klin Water sebesar 52,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Kesimpulannya, konten media sosial Instagram @klinwater.official berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa detox pipa, meskipun diperlukan strategi komunikasi dan pelayanan lanjutan untuk mengoptimalkan minat masyarakat secara lebih luas.

Kata Kunci: Konten Media Sosial, Minat Menggunakan Jasa, *Uses and Gratifications*.

**THE INFLUENCE OF PT. KLIN WATER
@KLINWATER.OFFICIAL'S INSTAGRAM CONTENT ON INTEREST IN
USING PIPE DETOX SERVICES (A SURVEY OF
@KLINWATER.OFFICIAL'S INSTAGRAM FOLLOWERS)
ANANDA FARID REVIANSYA ADHIEJAYA DJALLE**

ABSTRACT

This research is titled "The Influence of PT. Klin Water @KlinWater.Official's Instagram Content on Interest in Using Pipe Detox Services (A Survey of @KlinWater.Official's Instagram Followers)". Social media content is one form of digital marketing communication strategy that serves as a means of education as well as promotion for a company to its audience on the Instagram platform. This research aims to determine the influence of @klinwater.official's Instagram social media content on interest in using pipe detox services. The grand theory used in this research is the Uses and Gratifications Theory, which explains that media users play an active role in selecting and accessing content to fulfill certain informational needs, which in this research is reinforced by the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) to explain the stages of digital consumer behavior. This research uses a quantitative approach with a survey method, in which data were collected through questionnaires distributed to followers of the @klinwater.official Instagram account. The sampling technique used was purposive sampling, with respondent criteria being followers who were potentially exposed to Klin Water's Instagram content. The sample size was 100 respondents, calculated using the Yamane formula from a population of 74,700 followers. The data analysis results show a strong relationship between the social media content variable and the interest in using services variable, with a Pearson Correlation value of 0.724. The hypothesis test produced a t-count value of 10.394 with a significance of 0.000, indicating a significant influence between social media content and interest in using services. The coefficient of determination (R^2) of 52.4% indicates that social media content contributes 52.4% to interest in using Klin Water's pipe detox services, while the remaining 47.6% is influenced by other factors. In conclusion, @klinwater.official's Instagram social media content has a positive and significant influence on interest in using pipe detox services, although further communication and service strategies are needed to optimize public interest more broadly.

Keywords: Social Media Content, Interest in Using Services, Uses and Gratifications.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN 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
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.2 Teori Uses and Gratifications	25
2.2.2.1 Model AISAS sebagai Turunan Operasional.....	26
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital.....	29
2.2.4 New Media.....	31
2.2.5 Media Sosial.....	32
2.2.6 Instagram.....	34

2.2.7 Instagram Reels.....	35
2.2.8 Konten Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran	36
2.2.9 Minat.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	45
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	46
3.4.1 Definisi Konsep	46
3.4.1.1 Konten Media Sosial Instagram.....	46
3.4.1.2 Minat Menggunakan Jasa	48
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Data Primer.....	52
3.5.2 Data Sekunder.....	52
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Uji Normalitas Data	59
3.7.2 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval (MSI)	60
3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi	62
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	62
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji-t)	63
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi	64

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1 Sejarah Klin Water.....	65
4.1.2 Logo Perusahaan.....	66
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Karakteristik Responden.....	67
4.2.2 Hasil Analisis Data Variabel X (Konten Instagram)	72
4.2.3 Hasil Analisis Data Variabel Y (Minat Menggunakan Jasa)	82
4.3 Analisis Data	87
4.3.1 Hasil Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval.....	88
4.3.2 Hasil Uji Normalitas	89
4.3.3 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	90
4.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	91
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji-t).....	92
4.3.6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.4 Pembahasan.....	93
4.4.1 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menggunakan Jasa	93
4.4.2 Pembahasan Nilai Koefisien Determinasi	98
4.4.3 Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden	99
4.4.4 Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan Tinjauan Teoritis	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis	109
5.2.2 Saran Praktis	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Akun Instagram Klin Water dengan Kompetitor	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep	50
Tabel 3.2	Pre-Test Uji Validitas Variabel Konten (X)	55
Tabel 3.3	Pre-Test Uji Validitas Variabel Minat (Y).....	55
Tabel 3.4	Interval Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 3.5	Pre-Test Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 3.6	Contoh Perhitungan Method of Successive Interval pada Butir X1	61
Tabel 4.1	Tabel Skala Likert.....	72
Tabel 4.2	Frekuensi Dimensi Perhatian (Attention)	73
Tabel 4.3	Frekuensi Dimensi Ketertarikan (Interest).....	74
Tabel 4.4	Frekuensi Dimensi Pencarian (Search)	76
Tabel 4.5	Frekuensi Dimensi Tindakan (Action).....	78
Tabel 4.6	Frekuensi Dimensi Berbagi (Share).....	79
Tabel 4.7	Frekuensi Dimensi Minat Transaksional	81
Tabel 4.8	Frekuensi Dimensi Minat Referensial.....	83
Tabel 4.9	Frekuensi Dimensi Minat Preferensial.....	84
Tabel 4.10	Frekuensi Dimensi Minat Eksploratif.....	85
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Sebelum dan Sesudah Transformasi MSI.....	89
Tabel 4.12	Hasil Uji Korelasi Sederhana	90
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji Regresi Linear Sederhana.....	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis (Uji-t).....	92
Tabel 4.15	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.16	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	98
Tabel 4.17	Karakteristik Responden	100
Tabel 4.18	Capaian Skor per Dimensi Variabel Konten Media Sosial Instagram	103
Tabel 4.19	Capaian Skor per Dimensi Variabel Minat Menggunakan Jasa	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Instagram di Indonesia oleh We Are Social	4
Gambar 1.2	Profil Instagram Klin Water	6
Gambar 1.3	Unggahan Kolaborasi @Klinwater.Official dengan Public Figure .	10
Gambar 2.1	Perubahan AIDMA menjadi AISAS	28
Gambar 4.1	Logo Perusahaan PT. Klin Water	66
Gambar 4.2	Diagram Frekuensi Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.3	Diagram Frekuensi Usia Responden	69
Gambar 4.4	Diagram Frekuensi Pekerjaan Responden.....	70
Gambar 4.5	Diagram Frekuensi Domisili Responden	71
Gambar 4.6	Konten Instagram Klin Water	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 2. Uji Validitas Variabel X & Y 30 Orang (Pre-Test).....	118
Lampiran 3. Uji Reliabilitas Variabel X & Y 30 Orang (Pre-Test)	121
Lampiran 4. Tabulasi Data Ordinal (Skala Likert 1-5)	122
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel X & Y 100 Orang	124
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Variabel X & Y 100 Orang	127
Lampiran 7. Tabulasi Data Interval (MSI).....	128
Lampiran 8. Uji Normalitas	133
Lampiran 9. Uji Korelasi, Regresi, dan Determinasi	133
Lampiran 10. Curriculum Vitae	136

