



**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Streethousecoffee
DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KONSUMEN**

SKRIPSI

Proposal Skripsi Ini Dibuat Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DISUSUN OLEH

Riandi Muhammad

44216010007

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riandi Muhammad
NIM : 44216010007
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Efektivitas Media Sosial Instagram @Streethousecoffee Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Konsumen adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 29 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,


(Riandi Muhammad)

Mengetahui,

Pembimbing

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Riandi Muhammad
NIM : 44216010007
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Efektivitas Media Sosial Instagram @Streethousecoffee Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Konsumen



Jakarta, 29 Agustus 2022
Mengetahui,
Pembimbing

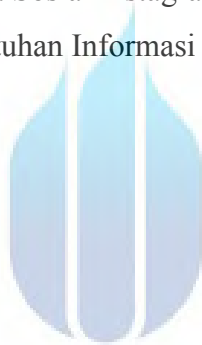
A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Kurniawan Prasetyo', written over a horizontal line.

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Riandi Muhammad
NIM : 44216010007
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Efektivitas Media Sosial Instagram @Streethousecoffee Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Konsumen

Jakarta, 29 Agustus 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()

Penguji Ahli : Drs. Marwan Mahmudi, M.Si ()

Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Efektivitas Media Sosial Instagram @Streethousecoffee Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Konsumen

Nama : Riandi Muhammad
NIM : 44216010007
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 29 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



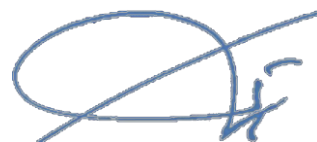
(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si)

Pembimbing



(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan pada Allah Swt karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta. Proposal Skripsi ini berjudul **“Efektivitas Media Sosial Instagram @Streethousecoffee Dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumen”**

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing dengan baik dan sabar
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. A. Rahman H.I., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membimbing dengan baik
4. Bapak Dr. Farid Hamid., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
6. Seluruh Dosen Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana

7. Orang Tua saya yang selalu mendoakan, membantu, memfasilitasi, serta mendukung saya setiap langkah yang saya ambil
8. Seluruh keluarga saya yang selalu membantu dan mendukung saya



Skripsi ini sempurna dengan kekurangannya maka dari itu demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi yang membacanya.



Jakarta, 9 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Riandi Muhammad'.

Riandi Muhammad

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Mahasiswa.....	i
Lembar Persetujuan Tugas Akhir.....	ii
Lulus Sidang Akhir.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tugas Akhir.....	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	v
BAB 1.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Kajian Teoritis.....	14
2.2.1. New Media.....	14
2.2.2. Media Sosial.....	21
2.2.3. Instagram.....	26
2.2.4. Informasi.....	28
2.2.5. Efektivitas Media.....	30
2.2.6. User Generated Content.....	32

2.2.7. Teori Uses And Gratification.....	34
2.2.8. Konsumen	40
2.2.9. Komunikasi	41
2.3. Operasionalisasi Konsep	42
BAB III.....	43
3.1. Paradigma Penelitian.....	43
3.2. Metode Penelitian.....	43
3.3. Populasi dan Sampel	45
3.3.1. Populasi	45
3.3.2. Sampel.....	45
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	46
3.4.1. Tabel Operasional Konsep.....	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1. Data Primer	49
3.5.2. Data Sekunder	50
3.6. Teknik Analisis Data.....	50
3.7. Validitas Dan Realibilitas	52
3.7.1. Validitas	52
3.7.2. Realibilitas.....	53
3.8.2. Tabel Realibilitas	54
3.3. Tabel Validitas	55
BAB IV	57
4.1. Akun Instagram @Streethousecoffee	57
4.2. Hasil Penelitian.....	59
4.2.1. Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1.1. Jenis Kelamin.....	60

4.2.1.2. Usia.....	60
4.2.1.3. Pekerjaan.....	62
4.2.1.4. Followers.....	62
4.2.1.5. Mengikuti Update Postingan.....	62
4.2.2. Analisis Deskriptif	63
4.2.3. Likert Summating Rating.....	71
4.3. Pembahasan.....	73
4.4. Analisis Data Peneliti.....	77
BAB V.....	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran.....	81
5.2.1. Saran Akademis	81
5.2.2. Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
Lampiran 1 Kuesioner.....	86
Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner.....	90
Lampiran 3 Hasil Data Realibilitas.....	93
Lampiran 4 Hasil Data Validitas.....	94
Lampiran 5 Data Diri Mahasiswa.....	95