



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Harry Pratama Putra 44217010172

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas (Survey Pengguna Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Hingga 2020)

ABSTRAK

Akun Instagram @jktinfo adalah akun Instagram berbasis konten informasi yang disertai gambar dan video mengenai seputar wilayah Jakarta. Dengan adanya akun instagram ini, masyarakat dapat mencari informasi apapun yang sedang terjadi di Jakarta dengan mudah. Karena saat ini banyak bermunculan akun Instagram yang khusus mengunggah foto dan informasi tentang apa yang sedang terjadi di Jakarta. Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengukur sejauh mana Pengaruh Penggunaan Media Social Instagram @jktinfo Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2017 hingga 2020 Universitas Mercu Buana dalam memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi lalulintas

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survei dengan Teknik analisis eksplantif. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik random stratified sampling dalam pengambilan sampel, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi yang memfollow maupun tidak memfollow @JKTinfo dengan populasi 2,301 dengan total sampel sebanyak 96 responden dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil Penelitian : Berdasarkan hasil Uji Regresi Linear Sederhana anatar variabel Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X) terhadap Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) didapatkan nilai konstanta sebesar 41,806 dengan tingkat koefisien sebesar 0,524 yang artinya setiap penambahan 1% nilai Pengaruh Penggunaan Media Sosial akan meningkatkan Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 0,524. Pengaruh variabel penggunaan media (X) terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi variabel (Y) sebesar 39,1%.

Kata Kunci : Komunikasi Massa, Public Relations, Media Sosial, Penggunaan Media Sosial, Pemenuhan Kebutuhan Informasi



University Of Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Public Relations
Harry Pratama Putra
44217010172

The Effect of the Use of Social Media Instagram @Jktinfo on the Fulfillment of Traffic Information Needs (Instagram User Survey on Students of the Faculty of Communication Sciences Class of 2017 to 2020)

ABSTRACT

The @jktinfo Instagram account is an Instagram account based on informational content accompanied by pictures and videos about the Jakarta area. With this Instagram account, people can easily find any information that is happening in Jakarta. Because there are currently many Instagram accounts that specifically upload photos and information about what is happening in Jakarta. The purpose of this research is to measure the influence of the use of social media Instagram @jktinfo on students of the Faculty of Communication Studies class 2017 to 2020 Mercu Buana University in meeting traffic information needs.

The @jktinfo Instagram account is an Instagram account based on informational content accompanied by pictures and videos about the Jakarta area. With this Instagram account, people can easily find any information that is happening in Jakarta. Because there are currently many Instagram accounts that specifically upload photos and information about what is happening in Jakarta. The purpose of this research is to measure the influence of the use of social media Instagram @jktinfo on students of the Faculty of Communication Studies class 2017 to 2020 Mercu Buana University in meeting traffic information needs.

Research Results: Based on the results of the Simple Linear Regression Test between the variables of the Effect of Social Media Use (X) on the Information Needs Fulfillment Variable (Y) obtained a constant value of 41.806 with a coefficient level of 0.524 which means that every 1% addition to the value of the Effect of Social Media Use will increase compliance. Information Needs is 0.524. The effect of the media use variable (X) on the variable information needs fulfillment variable (Y) is 39.1%.

Keywords : Mass communication, Public Relations, Social Media, Use of Social Media, Fulfillment of Information Needs