



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations**

Christler Eleyson Tundundatu (44215010032)

“Efektivitas Pesan Komunikasi Oleh Museum Nasional Indonesia Melalui Instagram Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi (Survei *Followers* Instagram Museum Nasional Indonesia)”

101 halaman + 5 bab + Lampiran + 20 Buku + 2 website 8 Jurnal

ABSTRAK

Melalui media seperti internet segala bentuk informasi dapat dipublikasikan dengan sangat cepat tanpa perlu menunggu waktu yang lama. Pada internet, informasi dapat dipublikasikan dalam banyak media baru seperti Instagram. Maraknya penggunaan Instagram membuat individu ataupun organisasi dan perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan informasi kepada publik dengan cepat dan lengkap. Melihat situasi perkembangan instagram yang pesat maka Museum Nasional Indonesia menyadari bahwa media instagram sangatlah penting dalam membagikan berbagai informasi terkait sejarah dan kebudayaan oleh Museum Nasional Indonesia. Dengan jumlah *followers* yang banyak namun umpan balik yang diberikan sedikit tentunya hal ini tidak baik dan menimbulkan pertanyaan seberapa efektif media instagram dari Museum Nasional Indonesia dalam memberikan informasinya. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Efektif atau tidaknya Pesan Komunikasi Oleh Museum Nasional Indonesia Melalui Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Teori penelitian yang digunakan mengacu pada teori *Uses and Effect* dikemukakan oleh Sven Windhal yang menyatakan kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data primer dengan mempergunakan kuesioner dan data sekunder dengan mengumpulkan teori dan literatur.

Penelitian ini menunjukkan antara efektivitas pesan komunikasi instagram Museum Nasional Indonesia menjadi media informasi untuk memenuhi kebutuhan para *followersnya* dan dibuktikan dari 100 responden, perhitungan menggunakan Skala Likert Menggunakan *Likert Summarating Rating* dan dapat dikatakan efektif dengan skor 7867 dan memberikan kepuasan terhadap informasi yang diberikan. Skor tersebut terletak diantara Q_2 dan Q_3 yang berarti media instagram Museum Nasional Indonesia efektif dalam memenuhi kebutuhan para *followersnya*.

Kata Kunci : Efektivitas, Komunikasi, Pesan, Instagram, Kebutuhan Informasi



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations**

Christler Eleyson Tundundatu (44215010032)

“The Effectiveness of Communication Messages by the Museum National Indonesia through Instagram in Meeting Information Needs (Survey of Museum National Indonesia Instagram Followers)”

101 Page + 5 chapter + attachment + 20 Books + 2 website 8 journal

ABSTRACT

Through media such as the internet all forms of information can be published very quickly without the need to wait a long time. On the internet, information can be published in many new media such as Instagram. The rise of the use of Instagram makes individuals or organizations and companies competing to provide information to the public quickly and completely. Seeing the situation of the rapid development of Instagram the Indonesian National Museum realizes that the Instagram media is very important in sharing various information related to history and culture by the Indonesian National Museum. With a large number of followers, but given a little feedback of course this is not good and raises the question of how effective the Instagram media from the National Museum of Indonesia in providing information.

The research theory used refers to the theory of Uses and Effect proposed by Sven Windhal who states that needs are only one of the factors that cause the use of media. This study uses a quantitative approach with a descriptive research type. Methods of primary data collection using questionnaires and secondary data by collecting theory and literature.

This research shows that the effectiveness of Instagram National Museum Instagram communication messages becomes information media to fulfill the needs of their followers and is proven by 100 respondents, calculation using a Likert Scale Using a Likert Summarating Rating and can be said to be effective with a score of 7867 and giving satisfaction to the information provided. The score is located between Q_2 and Q_3 , which means that the Indonesian National Museum Instagram media is effective in meeting the needs of their followers.

Keywords: Effectivity, Communication, Message, Instagram, Information Needs