



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @univmercubuana  
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh:

**AYU PRATIWI**

44216010095

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public  
Relations  
Ayu Pratiwi  
44216010095

Efektivitas Media Sosial *Instagram* @univmercubuana Dalam Pemenuhan  
Kebutuhan Informasi *Followers*  
Jumlah Halaman : V bab + 107 halaman + 6 lampiran  
Bibliografi : 32 buku , 11 website

### ABSTRAK

@univmercubuana adalah akun media sosial Instagram yang memiliki konten informasi seputar aktivitas dan hal-hal terbaru apa saja yang berada di Universitas Mercu Buana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas akun Instagram @univmercubuana dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang menjadi pengikut (*followers*) dari akun tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner dengan sampel ditentukan menggunakan Rumus Slovin dengan sampling error 0.10 dan hasilnya 100 responden dari total populasi 49.746 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif Distribusi Frekuensi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif distribusi frekuensi, dan *Likert Summating Rating*.

Pada 28 pernyataan yang telah disebar, jawaban setuju paling mendominasi pada setiap pernyataan, pernyataan dengan tingkat setuju tertinggi yaitu *Instagram* @univmercubuana mudah untuk dipahami sebanyak 74%. Dan pernyataan dengan tingkat setuju tertinggi kedua yaitu *Instagram* @univmercubuana memberikan informasinya sesuai dengan kebutuhan *followers* sebanyak 74%.

Dari hasil analisis Likert Summating Rating, total skor sebesar 10.175 yang didapatkan berada pada Q2 s/d Q3 yang berarti akun media sosial Instagram @univmercubuana dinilai cukup efektif.

Kata kunci : Efektivitas, Media Sosial, Kebutuhan Informasi.



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

University of Mercu Buana  
Faculty of Communication  
Field of Public Relations  
Studies  
Ayu Pratiwi  
44216010095

The Effectiveness of Instagram @univmercubuana Social Media in Fulfilling Followers Information Needs.

Number of Pages: V chapter + 107 pages + 6 attachments

Bibliography: 32 books, 11 websites

### **ABSTRACT**

@univmercubuana is an Instagram social media account that contains information about the latest activities and things at Mercu Buana University. This study aims to determine how effective the Instagram account @univmercubuana is in meeting the information needs of the audience who are followers of the account. This study uses a descriptive quantitative approach, using a survey method. The data collection technique used in this study is by distributing questionnaires with the sample determined using the Slovin formula with a sampling error of 0.10 and the result is 100 respondents from a total population of 49,746 people. Data analysis used descriptive analysis of Frequency Distribution. The data obtained were then analyzed by validity test, reliability test, descriptive analysis of frequency distribution, and Likert Summating Rating.

In the 28 statements that have been distributed, the most agreeable answer dominates each statement, the statement with the highest level of agreement, namely Instagram @univmercubuana is easy to understand as much as 74%. And the statement with the second highest level of agreement, namely Instagram @univmercubuana provides information according to the needs of followers as much as 74%.

From the results of the Likert Summating Rating analysis, the total score of 10,175 obtained is in Q2 to Q3 which means that the Instagram @univmercubuana social media account is considered quite effective.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Information Needs.



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Pratiwi  
NIM : 44216010095  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @univmercubuana DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS 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 plagiarism, 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, 1 September 2022

Yang membuat pernyataan,

(Ayu Pratiwi)

Mengetahui,

Pembimbing

( Kurniawan Prasetyo, M.Ikom )

Ketua Bidang Studi

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





Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Ayu Pratiwi  
NIM : 44216010095  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @univmercubuana  
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI  
FOLLOWERS

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 1 September 2022

Mengetahui,

Pembimbing

( Kurniawan Prasetyo, M.Ikom )





Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ayu Pratiwi  
NIM : 44216010095  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @univmercubuana  
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI  
FOLLOWERS

Jakarta, 1 September 2022

Ketua Sidang : Marwan Mahmudi, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, MA (.....)

Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @univmercubuana  
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI  
FOLLOWERS  
Nama : Ayu Pratiwi  
NIM : 44216010095  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 1 September 2022  
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing


UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

( Kurniawan Prasetyo, M.Ikom )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dimana skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menepuh gelar sarjana pada Fakultas Komunikasi Jurusan Public Relations S1 Universitas Mercu Buana Jakarta.

Sebagai hasil perjuangan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini dapat terwujud berkat andil dari banyak pihak yang berpartisipasi dalam membantu dan memberikan jalan bagi penulis untuk menyelesaikannya. Berbagai macam kesulitan telah penulis hadapi dalam rangka menyusun skripsi ini. Dalam penulisan ini skripsi ini penulis telah berusaha secara maksimal mencurahkan ide, tenaga serta pikiran, namun penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Walaupun demikian, penulis mencoba untuk berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan kemampuan penulis secara maksimal.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi karya tulis ilmiah yang bermanfaat. Penulis mohon maaf jika ada banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat membantu dalam perbaikan skripsi ini. Dengan kerendahan hati Penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Kurniawan Prasetyo M. Ikom selaku dosen pembimbing skripsi saya selama ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.



3. Seluruh dosen Program studi Public Relations Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terimakasih atas ilmu dan bimbingannya selama masa perkuliahan.
4. Bapak Dr. Setiyo Budiyanto ST., MT. Selaku Direktur Pemasaran Reguler 1 Universitas Mercu Buana
5. Bapak Muhammad Irfan selaku Kepala Biro Pemasaran Reguler 1 Universitas Mercu Buana
6. Orang tua dan Adrian selaku pasangan penulis yang selalu memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.
7. Teman teman yang berada di Divisi Promosi, Divisi Marketing Creative dan Divisi Telle Marketing.
8. Dan semua yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Abstrak.....	ii
<i>Abstrack</i> .....	iii
Lembar Pernyataan Mahasiswa.....	iv
Lembar Persetujuan Tugas Akhir.....	v
Lembar Tanda Lulus Tugas Akhir.....	vi
Lembar Pengesahan Perbaikan Tugas Akhir.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran.....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Kerangka Konsep.....	21
2.2.1. Komunikasi.....	21

2.2.2. Tujuan Komunikasi	25
2.2.3. Fungsi Komunikasi	26
2.2.4. Efektivitas Komunikasi	27
2.3. <i>Public Relations</i>	32
2.3.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	32
2.3.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	33
2.3.3. Tugas <i>Public Relations</i>	34
2.3.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	35
2.3.5. <i>Public Relations</i> Perguruan Tinggi	36
2.4. <i>Cyber Public Relations</i>	37
2.4.1. Pengertian <i>Cyber Public Relations</i>	37
2.4.2. Fokus Utama <i>Cyber Public Relations</i>	39
2.5. Teori Media Baru ( <i>New Media</i> )	40
2.6. Media Sosial	44
2.7. <i>Instagram</i>	49
2.8. Kebutuhan Informasi	50

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Paradigma Penelitian	54
3.2. Metode Penelitian	55
3.3. Populasi dan Sampel	57

3.3.1. Populasi.....	57
3.3.2. Sampel.....	58
3.4. Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	60
3.5.1. Definisi Konsep.....	60
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	61
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.8. Teknik Analisis Data.....	73
3.8.1. Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi.....	74
3.8.2. <i>Likert Summating Rating</i> .....	75

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	77
4.2. Hasil Penelitian.....	78
4.2.1 Karakteristik Responden.....	79
4.2.1.1 Berdasarkan Usia.....	79
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.3. Hasil Penelitian Variabel.....	82
4.3.1 Dimensi Penerima/Pemakai.....	82
4.3.2 Dimensi Isi Pesan.....	85
4.3.3 Dimensi Format Pesan.....	88
4.3.4 Dimensi Sumber Pesan.....	91

4.3.5	Dimensi Saluran Komunikasi .....	92
4.3.6	Dimensi Ketepatan Waktu .....	95
4.4.	Hasil <i>Likert Summating Rating</i> .....	98
4.5.	Pembahasan .....	100
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN DARAN</b>		
5.1.	Kesimpulan .....	103
5.2.	Saran .....	104
5.2.1.	Saran Akademis .....	104
5.2.2.	Saran Praktis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		106
<b>LAMPIRAN</b> .....		109





## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2	Operasionalisasi Konsep.....	62
Tabel 3	Hasil Uji Validitas .....	68
Tabel 4	Tingkat Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i> .....	73
Tabel 5	Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i> .....	74
Tabel 6	Skala Likert.....	75
Tabel 7	Dimensi Penerima/Pemakai Butir 1.....	82
Tabel 8	Dimensi Penerima/Pemakai Butir 2.....	83
Tabel 9	Dimensi Penerima/Pemakai Butir 3.....	83
Tabel 10	Dimensi Penerima/Pemakai Butir 4.....	84
Tabel 11	Dimensi Penerima/Pemakai Butir 5.....	85
Tabel 12	Dimensi Isi Pesan Butir 1.....	85
Tabel 13	Dimensi Isi Pesan Butir 2.....	86
Tabel 14	Dimensi Isi Pesan Butir 3.....	86
Tabel 15	Dimensi Isi Pesan Butir 4.....	87
Tabel 16	Dimensi Isi Pesan Butir 5.....	87

Tabel 17	Dimensi Format Pesan Butir 1 .....	88
Tabel 18	Dimensi Format Pesan Butir 2 .....	88
Tabel 19	Dimensi Format Pesan Butir 3 .....	89
Tabel 20	Dimensi Format Pesan Butir 4 .....	90
Tabel 21	Dimensi Format Pesan Butir 5 .....	90
Tabel 22	Dimensi Sumber Pesan Butir 1 .....	91
Tabel 23	Dimensi Sumber Pesan Butir 2 .....	91
Tabel 24	Dimensi Sumber Pesan Butir 3 .....	92
Tabel 25	Dimensi Saluran Komunikasi Butir 1 .....	92
Tabel 26	Dimensi Saluran Komunikasi Butir 2 .....	93
Tabel 27	Dimensi Saluran Komunikasi Butir 3 .....	94
Tabel 28	Dimensi Saluran Komunikasi Butir 4 .....	94
Tabel 29	Dimensi Saluran Komunikasi Butir 5 .....	95
Tabel 30	Dimensi Ketepatan Waktu Butir 1 .....	96
Tabel 31	Dimensi Ketepatan Waktu Butir 2 .....	96
Tabel 32	Dimensi Ketepatan Waktu Butir 3 .....	97
Tabel 32	Dimensi Ketepatan Waktu Butir 4 .....	97
Tabel 33	Dimensi Ketepatan Waktu Butir 5 .....	98

Tabel 34	Distribusi Frekuensi.....	99
Tabel 35	Hasil <i>Likert Summating Rating</i> .....	99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Perkembangan Pengguna Instagram Di Indonesia.....	3
Gambar 2	Profil Akun Instagram @univmercubuana.....	7
Gambar 3	Profil Akun Instagram @univ_esaunggul.....	7
Gambar 4	Profil Akun Instagram @kampusbudiluhur.....	8
Gambar 5	Konten Akun Instagram @univmercubuana.....	9
Gambar 6	Konten Akun Instagram @univmercubuana.....	10
Gambar 7	Gambaran Umum Universitas Mercu Buana.....	79
Gambar 8	Pengelompokan Keragaman Berdasarkan Usia Responden.....	80
Gambar 9	Pengelompokan Keragaman Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Rekap Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Uji Validitas
- Lampiran 4. Hasil Uji Data Reliabilitas
- Lampiran 5. R – Tabel
- Lampiran 6. CV



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA