



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PRAMBORS TERHADAP MINAT DENGAR RADIO DI
MASYARAKAT
(Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)**



TUGAS AKHIR

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Disusun Oleh :
Amanna Aghnia Rizqi
44217010106**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amanna Aghnia Rizqi

NIM : 44217010106

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)** 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 proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 11 Februari 2021
Yang membuat pernyataan,



(Amanna Aghnia Rizqi)

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)**

Nama : Amanna Aghnia Rizqi

NIM : 44217010106

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UN Jakarta, 11 Februari 2021 AS

Mengetahui
Pembimbing,
MERCU BUANA

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)**

Nama : Amanna Aghnia Rizqi

NIM : 44217010106

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 11 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

MERCU BUANA

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si)

(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.com, Ph.D.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)**

Nama : Amanna Aghnia Rizqi

NIM : 44217010106

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 11 Februari 2021

Ketua Sidang,
Novi Erlita, S.Sos,MA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(.....)

Penguji Ahli,
Dra. Diah Wardhani.,M.Si

(.....)

Pembimbing,
Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

(.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Amanna Aghnia Rizqi
44217010106

Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan).

Bibliografi: 5 Bab 142 hal + Lampiran + 34 buku + 13 Jurnal + 7 Data Website.

ABSTRAK

Public Relations dalam sebuah perusahaan sangat berperan penting untuk membangun komunikasi kepada audiensnya. Sebuah perusahaan melakukan pengiriman pesan kepada publiknya melalui berbagai cara seperti dengan menggunakan media sosial. *Instagram* merupakan media sosial yang saat ini sedang marak menjadi alat publikasi bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* @Prambors terhadap minat dengar radio di masyarakat khususnya remaja di Jakarta Selatan.

Pendekatan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori 4C dari Chris Heuer menjelaskan tentang komponen apa saja yang harus ada dalam setiap penggunaan media sosial agar mudah digunakan serta memenuhi tujuan dari pengguna, dan teori AIDDA yang menjelaskan komunikasi yang efektif tentang bagaimana cara komunikator berusaha untuk membangkitkan kesadaran hingga menimbulkan sebuah tindakan dari komunikan.

Dengan pendekatan penelitian kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah followers pada *Instagram* @Prambors dengan total 400 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial *Instagram* @Prambors terhadap minat dengar radio di masyarakat khususnya kalangan remaja berusia 15-24 tahun di Jakarta Selatan. Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai *R square* sebesar 0.474. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* @Prambors berpengaruh terhadap minat dengar radio di masyarakat khususnya remaja di Jakarta Selatan sebesar 47,4%.

Kata Kunci: *Public Relations, Penggunaan Instagram, Minat Dengar Radio, Remaja Jakarta Selatan.*



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Public Relations
Amanna Aghnia Rizqi
44217010106

The Influence by Using Social Media Instagram @Prambors on the Interest to Listening the Radio in Society (Survey on Teenagers in South Jakarta).

Bibliografi: 5 Chapters 142 pages + Attachments + 34 books + 13 Journals + 7 Website Data.

ABSTRACT

Public Relations in a company is an important role to build communication with their audience. A company sends messages to the public in various ways, such as by using social media. Instagram is a social media that is currently booming as a publication tool for companies. The purpose of this study was to determine and explain to what extent the influence by using social media instagram @prambors on the interest to listening the radio in society, especially teenagers in South Jakarta.

The conceptual approach used in this research is 4C theory from Chris Heuer to explain what components must be present in every use of social media so that it is easy to use and meets the goals of users, and AIDDA theory which explains effective communication about how communicators try to raise awareness to cause action from the communicant.

With quantitative research approach, population in this research is followers on Instagram @Prambors with a total of 400 respondent. Data collection techniques used survey methods by distributing questionnaires. The results of this research indicate that there is an influence between the use of social media Instagram @ Prambors on the interest to listening the radio in society, especially among teenagers aged 15-24 years in South Jakarta. Based on the regression test that has been done, the R square value is 0.474. Thus, it can be concluded that the use of social media Instagram @ Prambors has an effect on the interest to listening the radio in society, especially teenagers in South Jakarta by 47.4%.

Keywords: *Public Relations, Use of Instagram, Interest in Listening to Radio, Teenagers in South Jakarta.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat limpahan karunia nikmat-Nya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* @Prambors terhadap Minat Dengar Radio di Masyarakat (Survei pada Remaja di Jakarta Selatan)” dengan lancar.

Pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 [Universitas Mercu Buana bidang studi Public Relations]. Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis menerima berbagai saran dan kritik yang membangun agar di masa yang akan datang tulisan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyumbangkan waktu, perhatian, dan pikiran, serta ilmu-ilmunya yang sangat berguna dan bermanfaat yang disampaikan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Elly Yuliaty, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Ibunda Meta Virginia Antares dan Ayahanda Zufatra Bororing yang telah mendoakan, menemani, memotivasi dan memberikan dukungannya dengan penuh kasih sayang kepada penulis.

7. Atah dan Oyan, adik-adik yang penulis sayangi, terima kasih telah menjadi penyemangat bagi penulis agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak Uti, terima kasih atas segala kepercayaan dan dukungan yang diberikan, sehingga penulis dapat berada di tahap sekarang ini.
9. Oma Zenitha Astra, Opa Sabirin Sarin, Mami Daisy, Rafi dan Syafa yang telah memberi semangat dan menemani hari-hari penulis selama perkuliahan sampai saat ini.
10. Segenap keluarga besar, terima kasih atas doa-doa baik yang kalian berikan untuk penulis.
11. Elma, Dinny, Nazwa, Ara sahabat terkasih penulis yang selalu memotivasi dan memberi semangat selama penelitian ini.
12. Teman-teman seperjuangan penulis, Agil, Aida, Alfira, Anindya, Glory, Nadia, Natasya, Noeri, Mutiara, dan Raisha. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama mengerjakan skripsi ini.
13. Sena, Waid, Kak Hadyan, Enang dan teman-teman lainnya yang selalu mendukung, dan membuat waktu-waktu penulis bersama kalian sayang apabila dilewatkan.
14. Akhmad Rozali selaku tutor SPSS, terima kasih berkat konten tutor anda di *Youtube* saya dapat mempelajari mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
15. Kak Rey selaku rekan kerja, terima kasih atas bantuan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Seluruh teman-teman mahasiswa/i *Public Relations* 2017 Universitas Mercu Buana Jakarta.
17. Seluruh rekan kerja penulis di Teamup Agency, terima kasih atas doa dan motivasi yang diberikan.
18. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih sudah sukarela untuk membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti mohon maaf apabila terdapat kekeliruan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Jakarta, 8 Januari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Manfaat Sosial	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	23
2.2.1.1 Efek Komunikasi.....	24
2.2.2 Cyber Communication	26
2.2.2.1 Pengertian Cyber Communication	26
2.2.1.2 Manfaat Cyber Communication.....	27
2.2.1.3 Aspek-Aspek Cyber Communication	28

2.2.3 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	29
2.2.4 Public Relations	31
2.2.4.1 Pengertian Public Relations	31
2.2.4.2 Fungsi dan Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi	32
2.2.4.3 Ruang Lingkup Public Relations	36
2.2.4.4 Media Public Relations	41
2.2.5 New Media.....	43
2.2.5.1 Pengertian New Media.....	43
2.2.5.2 Media Sosial.....	45
2.2.5.3 Penggunaan Instagram	48
2.2.6 Radio.....	50
2.2.6.1 Pengertian Radio	50
2.2.6.2 Minat	52
2.7 Teori AIDDA	55
2.8 Hipotesis Teori.....	56
BAB III.....	58
METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Paradigma Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel	59
3.3.3 Kerangka Sampel.....	61
3.3.4 Teknik Penarikan Sampel	62
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	62

3.4.1 Definisi Konsep	62
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.5.1 Data Primer	68
3.5.2 Data Sekunder.....	68
3.5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	69
3.5.3.1 Uji Validitas	69
a. Pengertian Validitas.....	69
b. Rumus.....	69
3.5.3.2 Uji Reliabilitas	71
a. Pengertian Reliabilitas	71
b. Rumus.....	72
3.6 Teknik Analisis Data	72
3.6.1 Skala Likert.....	73
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	74
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	74
3.6.4 Uji Hipotesis	75
3.6.4.1 Uji Korelasi	75
3.6.3.2 Uji T	76
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.1 Sejarah Radio Prambors.....	78
4.1.2 Visi dan Misi Radio Prambors.....	82
4.1.3 Program Siaran Radio Prambors.....	82

4.2 Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Uji Validitas.....	84
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.2.3 Data Responden.....	86
4.2.3.1 Jenis Kelamin.....	86
4.2.3.2 Usia.....	87
4.2.3.3 Kecamatan Tempat Tinggal.....	88
4.2.3.4 Responden Merupakan Pengguna Aktif Instagram.....	89
4.2.3.5 Responden merupakan pengikut akun Instagram @Prambors.....	89
4.2.4 Variabel X Pengaruh Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> (@Prambors).....	90
4.2.5 Variable Y Minat Dengar Radio.....	106
4.3 Teknik Analisis Data.....	127
4.3.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	127
4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	129
4.3.3 Uji Hipotesis.....	129
4.3.3.1 Uji Korelasi.....	129
4.3.3.2 Uji T.....	131
4.4 Pembahasan.....	132
BAB V.....	140
KESIMPULAN DAN SARAN.....	140
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	141
5.2.1 Saran Akademis.....	141
5.2.3 Saran Praktis.....	142

DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	147
Lampiran 1: Draft Kuesioner	148
Lampiran 2: Hasil Uji Validitas	153
Lampiran 3: Hasil Uji Reliabilitas.....	160
Lampiran 4: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	160
Lampiran 5: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	161
Lampiran 6: Hasil Uji Korelasi	161
Lampiran 7: Hasil Uji T	162
Lampiran 8: Surat Ijin Penelitian	163
Lampiran 9: Surat Selesai Penelitian dari Tempat Penelitian	164
CURRICULUM VITAE.....	165

