



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL AKUN
INSTAGRAM @OFFICIALKVIBES TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENGGEMAR
*K-POP***

(Survei Pada Followers Instagram @Officialkvibes)



RAISHA ALFIANNY WIBOWO
UNIVERSITAS
44120010030
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
TAHUN 2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raisha Alfianny Wibowo
NIM : 44120010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @officialkvibes Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar *K-Pop* (Survei Pada *Followers* Instagram @officialkvibes)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 12 Agustus 2024

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Raisha Alfianny Wibowo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Raisha Alfianny Wibowo
NIM : 44120010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @officialkvibes Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar *K-Pop* (Survei Pada *Followers* Instagram @officialkvibes)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Afgiansyah, S.sos, M.Comn ()
NIDN : 0315018004
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom ()
NIDN : 0314057804

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2024

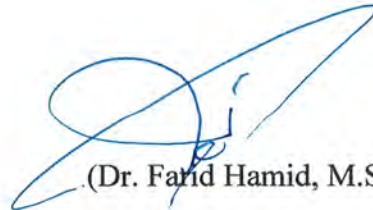
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raisha Alfianny Wibowo
NIM : 44120010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @officialkvibes Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar *K-Pop* (Survei Pada *Followers* Instagram @officialkvibes)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Raisha Alfianny Wibowo

ABSTRAK

Nama : Raisha Alfianny Wibowo
NIM : 44120010030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @officialkvibes Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar *K-Pop* (Survei Pada *Followers* Instagram @officialkvibes)
Pembimbing : Afgiansyah, S.sos, M.Comn

Pesatnya perkembangan Instagram di Indonesia, membuat media sosial tersebut digunakan untuk berbagai kepentingan, salah satunya untuk mencari dan menyebarkan postingan yang berisi informasi. Salah satu akun yang terkenal di kalangan penggemar *K-pop* adalah akun Instagram @officialkvibes, penggemar *K-pop* dapat mencari informasi terbaru apapun yang sedang terjadi dengan mudah. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @officialkvibes terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori *new media*, media sosial, Instagram, kebutuhan informasi, *K-pop*, *fandom* dan teori komunikasi *Uses and gratification*.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode penelitian survei. Populasi penelitian ini yaitu *followers* @officialkvibes sebanyak 1.2 juta dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis sampel *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @officialkvibes terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop* sebesar 74,9% dan sisa 25,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Antara penggunaan media sosial akun Instagram @officialkvibes dengan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat dan arah yang positif, hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi didapat sebesar 0,865. Penggunaan media sosial akun Instagram @officialkvibes secara signifikan berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar *K-pop*, hal ini terbukti dikarenakan nilai signfikansi $<0,001$ yang mana lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-hitung $17.081 > T\text{-tabel } 1,987$.

Kata Kunci: *New media*, Instagram, Kebutuhan Informasi, *K-pop*, Teori *Uses and gratification*

ABSTRACT

Name : Raisha Alfianny Wibowo
NIM : 44120010030
Study Program : Communication Science
Thesis Title : *The Effect of Using Social Media Instagram Account @officialkvibes on Fulfilling the Information Needs of K-Pop Fans (Survey on Instagram Followers @officialkvibes)*
Counsellor : Afgiansyah, S.sos, M.Comn

The rapid development of Instagram in Indonesia has made the social media used for various purposes, one of which is to find and disseminate posts containing information. One of the famous accounts among K-pop fans is the @officialkvibes Instagram account, K-pop fans can find the latest information whatever is happening easily. The purpose of this study is to determine how much the effect of using the social media account Instagram @officialkvibes on fulfilling the information needs of K-pop fans.

The theories used in this research include new media theory, social media, Instagram, information needs, K-pop, fandom and Uses and gratification communication theory.

This research uses a positivism paradigm, with a quantitative approach and using survey research methods. The population of this research were 1.2 million followers of @officialkvibes and a sample of 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with a purposive sampling type.

The results showed that the effect of using the social media account Instagram @officialkvibes on fulfilling the information needs of K-pop fans was 74.9% and the remaining 25.1% was influenced by other variables not examined in this research. Between the use of the social media account Instagram @officialkvibes with the fulfillment information needs has a very strong level correlation and a positive direction, this can be seen from the correlation coefficient value obtained of 0.865. The use of the social media account Instagram @officialkvibes is significantly effective in fulfilling the information needs of K-pop fans, this is evident because the significance value is <0.001 which is smaller than 0.05 and the T -count value is $17.081 > T$ -table 1.987.

Keywords: *New media, Instagram, Information Needs, K-pop, Uses and gratification Theory*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena dengan berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @officialkvibes Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop (Survei Pada Followers Instagram @officialkvibes"**. Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Bidang Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari tugas akhir skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta selaku Ketua Penguji dalam sidang akhir.
3. Eka Perwitasari Fauzi S.Sos, M.Ed selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Afgiansyah, S.sos, M.Comn selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan, motivasi, solusi, dan saran sejak awal hingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini.
5. Rika Yessica Rahma, M.Ikom selaku penguji ahli dalam sidang tugas akhir skripsi yang telah memberikan arahan serta masukan kepada peneliti.

6. Finy F Basarah, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah begitu sabar membimbing selama masa perkuliahan dari semester 1 hingga penyusunan tugas akhir.
7. Prof. Dr. Suraya, M.Si selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi telah memberikan saran, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat.
8. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Heru Wibowo Kurniawan dan ibunda Rini Ariyani, yang senantiasa memberikan dukungan moril, materil, dan doa yang tak ternilai.
9. Adik tercinta, Queenzha Aldisya Wibowo yang menjadi sumber kebahagiaan dan memberi support ketika peneliti menghadapi tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Tante tercinta, Netty Kurniastuti yang selalu memberikan support dan doa dari kuliah semester 1 hingga penyusunan skripsi.
11. Teman-teman Warga Dutil selaku sahabat sekaligus keluarga kedua yang selalu ada, selalu sabar mendengarkan keluh kesah peneliti, selalu memberikan bantuan dan selalu memberikan energi positif di setiap langkah peneliti.
12. Teman-teman perkuliahan, Erisca Widya Chandra dan Khilda Ramadhanty selaku teman seperjuangan dalam kisah perkuliahan peneliti dan menjadi saksi dalam perjalanan skripsi ini.
13. Teman-teman SMA sekaligus sahabat peneliti Kunthi Suminar, Jenita Elvira, Fathia Rahma, Nakhwah Attania dan Amelia Cahyadini yang telah menemani, memberi semangat, support dan doa kepada peneliti dalam

melakukan penelitian ini sehingga dapat terselesaikan.

14. Seluruh responden yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

15. Untuk diri sendiri, terima kasih karena telah bertahan sampai di titik ini, terima kasih karena telah begitu kuat dan tidak menyerah meskipun keadaan begitu sulit. *And I'm deserve better for everything, because from sprinkler splashes to fireplace ashes, I gave my blood, sweat and tears for this.*

Semua kontribusi dan dukungan ini menjadi bagian tak terpisahkan dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan bermanfaat sehingga dapat memberikan inspirasi bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif dalam bidang Ilmu Komunikasi.



UNIVERSITAS Jakarta, 4 Juli 2024
MERCU BUANA Peneliti,

Raisha Alfianny Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kebaruan Penelitian	23
2.3 Kajian Teoritis.....	24
2.3.1 Media Baru (<i>New media</i>)	24
2.3.2 Media Sosial.....	26
2.3.3 Instagram	28
2.3.4 Teori <i>Uses and gratification</i>	30
2.3.5 Kebutuhan Informasi.....	31
2.3.6 <i>K-pop</i>	33
2.3.7 <i>Fandom</i>	34
2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Hipotesis Teori	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1	Paradigma Penelitian..... 36
3.2	Metode Penelitian..... 37
3.3	Tempat dan Periode Penelitian..... 37
3.3.1	Tempat Penelitian..... 37
3.3.2	Periode Penelitian..... 38
3.4	Populasi dan Sampel 39
3.4.1	Populasi 39
3.4.2	Sampel..... 39
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel..... 40
3.5	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep 41
3.5.1	Definisi Konsep..... 41
3.5.2	Operasionalisasi Konsep 42
3.6	Teknik Pengumpulan Data..... 45
3.6.1	Data Primer 46
3.6.2	Data Sekunder 48
3.7	Validitas dan Reliabilitas 49
3.7.1	Uji Validitas 49
3.7.2	Uji Reliabilitas..... 54
3.8	Teknik Analisa Data..... 57
3.8.1	Uji Normalitas 57
3.8.2	Analisis Regresi Linear Sederhana..... 58
3.8.3	Uji Koefisien Korelasi (R) 59
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²) 60
3.8.5	Uji Hipotesis (Uji t)..... 61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian 63
4.2	Hasil Penelitian 65
4.2.1	Identitas Responden 66
4.2.2	Hasil Analisa Kuesioner..... 68
4.2.3	Hasil Uji Normalitas..... 104
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana 105
4.2.5	Hasil Koefisien Korelasi (R)..... 107

4.2.6	Hasil Koefisien Determinasi	108
4.2.7	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	109
4.3	Pembahasan	110
4.3.1	Media Baru (New Media) Dalam Akun Instagram @officialkvibes	111
4.3.2	Fungsi Media Sosial Instagram @officialkvibes sebagai Sarana Berbagi Informasi.....	113
4.3.3	Pemenuhan Kebutuhan Informasi para Followers @officialkvibes	114
4.3.4	Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi para Followers @officialkvibes	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran	124
5.2.1	Saran Akademis.....	124
5.2.2	Saran Praktis.....	125
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN.....		130

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Akun Instagram @officialkvibes	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	35
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	38
Tabel 3. 2 Operasional Konsep	43
Tabel 3. 3 Skala Likert	47
Tabel 3. 4 Uji Validitas (Pretest) @officialkvibes.....	51
Tabel 3. 5 Item Pertanyaan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @officialkvibes	51
Tabel 3. 6 Uji Validitas (Pretest) @officialkvibes.....	52
Tabel 3. 7 Item Pertanyaan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-pop	52
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Variabel (X).....	56
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Variabel (X).....	56
Tabel 3. 10 Interval Koefisien Korelasi	60
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 4 Mengikuti akun Instagram @Officialkvibes.....	68
Tabel 4. 5 Akun Instagram @officialkvibes menyampaikan pesan yang baik.....	69
Tabel 4. 6 Bahasa yang digunakan akun Instagram @officialkvibes merupakan bahasa yang baik dan sopan	70
Tabel 4. 7 Pesan yang disampaikan akun Instagram @officialkvibes menarik perhatian.....	71
Tabel 4. 8 Anda tertarik dengan pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @officialkvibes	72
Tabel 4. 9 Anda memberi like pada postingan akun Instagram @officialkvibes, karena Anda benar-benar menyukai postingan tersebut	73
Tabel 4. 10 Komentar yang Anda berikan merupakan komentar yang positif	74
Tabel 4. 11 Komunikasi antara admin akun Instagram @officialkvibes dengan	

<i>followers</i> terjalin dengan baik	75
Tabel 4. 12 Komunikasi yang terjadi antara admin akun Instagram @officialkvibes dan <i>followers</i> berkaitan dengan postingan akun Instagram @officialkvibes	76
Tabel 4. 13 Teman Anda memberi respon ketika Anda membagikan informasi dari postingan akun Instagram @officialkvibes kepada mereka	77
Tabel 4. 14 Teman Anda sependapat dengan Anda mengenai informasi tersebut	78
Tabel 4. 15 Masukan yang diberikan <i>followers</i> akun Instagram @officialkvibes diterima dengan baik oleh pemilik akun Instagram @officialkvibes	79
Tabel 4. 16 Menurut Anda, masukan tersebut bermanfaat untuk perkembangan akun Instagram @officialkvibes	80
Tabel 4. 17 Anda sering mengunjungi akun Instagram @officialkvibes.....	81
Tabel 4. 18 Menurut Anda berita yang diberikan akun Instagram @officialkvibes <i>up to date?</i>	82
Tabel 4. 19 Anda merasa puas dengan informasi <i>ter-update</i> yang diberikan oleh akun Instagram @officialkvibes	83
Tabel 4. 20 Total Skor Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X)	84
Tabel 4. 21 Menurut Anda informasi <i>up to date</i> yang diberikan akun Instagram @officialkvibes bermanfaat	86
Tabel 4. 22 Interaksi yang dilakukan oleh akun Instagram @officialkvibes dan <i>followers</i> berkaitan dengan postingan yang diberikan	87
Tabel 4. 23 Anda pernah berpartisipasi dalam kuis, polling, atau giveaway yang diadakan oleh akun Instagram @officialkvibes	88
Tabel 4. 24 Anda merasa dihargai dan diakui oleh akun Instagram @officialkvibes melalui balasan komentar, mention atau repost	89
Tabel 4. 25 Anda menikmati postingan yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes setiap hari	90
Tabel 4. 26 Anda merasa mendapatkan manfaat dan wawasan baru dari postingan yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes.....	91
Tabel 4. 27 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes cukup lengkap dan jelas	92

Tabel 4. 28 Anda sering mencari informasi tambahan dari sumber lain setelah melihat postingan dari akun Instagram @officialkvibes	93
Tabel 4. 29 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes sesuai dengan minat dan kebutuhan Anda.....	94
Tabel 4. 30 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes lebih akurat dan relevan dibandingkan dengan akun media sosial lainnya.....	95
Tabel 4. 31 Anda merasa sulit untuk melewati postingan yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes setiap hari.....	96
Tabel 4. 32 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes sangat penting dan berguna untuk kehidupan Anda.....	97
Tabel 4. 33 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes mudah dipahami dan tidak bertele-tele	98
Tabel 4. 34 Anda merasa informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @officialkvibes hemat waktu dan energi Anda	99
Tabel 4. 35 Anda merasa informasi yang dikemas dengan ringkas oleh akun Instagram @officialkvibes lebih mudah dicerna dan diingat	100
Tabel 4. 36 Anda merasa informasi yang dikemas dengan ringkas oleh akun Instagram @officialkvibes cukup memuaskan rasa penasaran Anda	101
Tabel 4. 37 Total Skor Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	102
Tabel 4. 38 Hasil Uji Normalitas	105
Tabel 4. 39 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	106
Tabel 4. 40 Hasil Koefisien Korelasi (Uji Korelasi).....	107
Tabel 4. 41 Interpretasi Korelasi.....	108
Tabel 4. 42 Hasil Koefisien Determinasi	108
Tabel 4. 43 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Alasan Utama Penggunaan Internet	3
Gambar 1. 3 Presentasi Platforms Media Sosial 2024	4
Gambar 1. 4 Tampilan Akun Instagram @officialkvibes	7
Gambar 1. 5 Artikel Tentang KVIBES	9
Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram @officialkvibes.....	63
Gambar 4. 2 Tampilan Profil Instagram @officialkvibes.....	64
Gambar 4. 3 Postingan Pada Akun Instagram @officialkvibes.....	65

