



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @Folkative TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nur Azizah Alfianti

44220010039

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @folkative
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan
Informasi Followers

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, 30 Agustus 2024



Nur Azizah Alfianti

UNIVERSIT
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

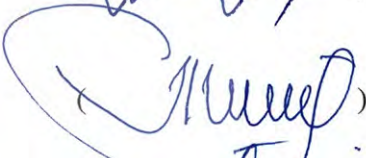
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @Folkative TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

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 I : Prof. Dr. Suraya, M.Si
NIDN : 0327116802
Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si
NIDN : 0316026801
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom
NIDN : 0330019002

()
()
()


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

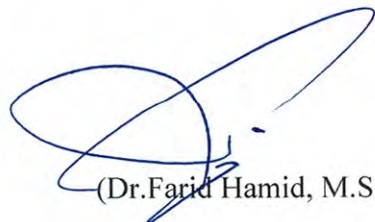
Jakarta, 29 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Konten Instagram @folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”**

Tugas akhir skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations. Selama proses penyusunan tugas akhir penulis tidak jarang mengalami kendala dan hambatan. Dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan arahan, bimbingan serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terimakasih dengan tulus penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Suraya, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar dalam meluangkan waktu, pikiran dan juga perhatiannya dalam memberikan dukungan, arahan, saran dan juga semangat bagi peneliti.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Segenap Dosen, Staf Jurusan, Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, nasehat dan pengalamannya selama peneliti menjalani studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Kepada Orang Tua peneliti Alm. Bapak Winarto, banyak hal menyakitkan yang peneliti lalui tanpa sosok bapak. Rasa iri dengan teman lainnya yang masih bisa meminta bantuan cinta pertamanya, dan rindu yang sering membuat peneliti jatuh tertampar realita. Tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga peneliti dan terima kasih atas kehidupan yang bapak berikan.

Ibu peneliti Alvin Istiqomah, ibu yang selama ini selalu mendoakan, memberikan dukungan agar lulus, dan berhasil menjadi single parent yang mampu memberikan gelar sarjana kepada peneliti, mah maaf belum banyak membantu biaya perkuliahan.

6. Teman seperjuangan Yolanda, Adel, Velisa, Nabila, dan Nadia yang selalu memberikan dukungan selama masa perkuliahan dan saran bagi peneliti dalam menulis tugas akhir ini.
7. Kawan-kawan UKM Radio Mercu Buana yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan mengingatkan untuk tidak terlalu fokus bekerja dan segera menyelesaikan penelitian. Peneliti berterima kasih karena sudah meyakinkan bahwa kuliah sambil bekerja bukanlah penghalang mendapatkan gelar sarjana.
8. Seluruh responden yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan.
10. Kepada peneliti, Nur Azizah Alfianti. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah ikhlas menjalani kehidupan perkuliahan yang sedikit berbeda dengan teman-teman, walaupun sering kali mengeluh dan putus asa atas apa yang diusahakan, terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha.

Jakarta, 29 Juli 2024

Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @folkative
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan
Informasi Followers

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 30 Agustus 2024
Yang menyatakan,



(Nur Azizah Alfianti)

ABSTRAK

Nama : Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers
Pembimbing : Prof. Dr. Suraya, M.Si

Pada era digital saat ini, tak ada batasan untuk kebutuhan informasi setiap individu. Fenomena ini disebabkan oleh keinginan manusia untuk terus tumbuh dan berkembang. Kebutuhan akan informasi muncul ketika seseorang menyadari bahwa mereka memiliki kekurangan pengetahuan untuk mencapai tujuan tertentu. Instagram @folkative adalah akun instagram yang digunakan untuk menyebarkan konten informasi terbaru yang berfokus pada penyajian berita seputar entertainment, pop culture, serta informasi yang tengah viral di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana pengaruh konten instagram @folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Uses and Gratification. Teori ini menghasilkan variabel (X) dengan dimensi (feed post, story, story highlight, dan reels instagram) dan variabel (Y) dengan dimensi (current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, dan catching up need approach).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, dengan menggunakan metode penelitian survei, pendekatan kuantitatif dan tipe eksplanatif. Populasi pada penelitian ini adalah followers akun instagram @folkative dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan non probability sampling dengan cara sampel purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji T menunjukkan bahwa T hitung $13,179 > T$ tabel $1,660$ sehingga dapat dinyatakan H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya terdapat Pengaruh Konten Instagram @folkative terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Hasil koefisien determinasi (R Square) $0,639$ artinya sebesar $63,9\%$ variabel Konten Instagram @folkative (X) dalam mempengaruhi variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Konten, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Followers

ABSTRACT

Name : Nur Azizah Alfianti
NIM : 44220010039
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : The Influence of @folkative Instagram Content on Fulfilling Followers' Information Needs
Counsellor : Prof. Dr. Suraya, M.Si

In today's digital era, there are no limits to each individual's information needs. This phenomenon is caused by the human desire to continue to grow and develop. The need for information arises when someone realizes that they lack the knowledge to achieve a particular goal. Instagram @folkative is an Instagram account that is used to disseminate the latest information content that focuses on presenting news about entertainment, pop culture, and information that is currently viral in Indonesia.

The aim of this research is to determine the extent of influence of the content of the @folkative Instagram on fulfilling followers' information needs. The theory used in this research is the Uses and Gratification Theory. This theory produces a variable (X) with dimensions (feed post, story, story highlight, and reels instagram) and a variable (Y) with dimensions (current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, and catching up need approach).

This research uses a positivism paradigm, using survey research methods, a quantitative approach, and an explanatory type. The population in this study were followers of the @folkative Instagram account, with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling using purposive sampling.

The research results show that the T test shows that the T count is $13.179 > T$ table 1.660, so it can be stated that H_a is accepted and H_o is rejected, which means that there is an influence of @folkative Instagram content on meeting information needs. The result of the coefficient of determination (R Square) is 0.639, meaning that 63.9% of the Instagram @folkative Content variable (X) influences the Information Needs Fulfillment variable (Y).

Keywords : Social Media, Instagram, Content, Fulfillment of Information Needs, Followers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teoritis.....	29
2.2.1 Komunikasi Massa	29
2.2.2 Public Relations	31
2.2.3 Teori Uses and Gratification	35
2.2.4 Media Baru.....	41
2.2.5 Media Sosial.....	43
2.2.6 Instagram.....	46
2.2.6.1 Konten Instagram	51
2.2.7 Pemenuhan Kebutuhan Infomasi	52
2.3 Kerangka Pemikiran	55
2.4 Hipotesis	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1 Paradigma	57
3.2 Metode Penelitian	59
3.3 Populasi Dan Sampel.....	60
3.3.1 Populasi	60
3.3.2 Sampel.....	62
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	63
3.4 Definisi Konsep Dan Operasional Konsep.....	64
3.4.1 Definisi Konsep.....	64
3.4.2 Operasional Konsep	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	70
3.5.1 Data Primer	71
3.5.2 Data Sekunder	73
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	73
3.6.1 Uji Validitas	73
3.6.2 Reliabilitas	77
3.7 Teknik Analisis Data	79
3.7.1 Analisis Korelasi	80
3.7.2 Koefisien Determinasi.....	81
3.7.3 Uji Regresi	81
3.7.4 Uji T (Uji secara parsial/individu)	82
3.7.5 Uji F (Uji Stimulan).....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	84
4.1.1 Sejarah Folkative.....	84
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Identitas Responden	86
4.2.2 Tabulasi Data Frekuensi.....	89
4.2.3 Hasil Uji Kualitas Data	111
4.3 Pembahasan	117

BAB V PENUTUP	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Pengguna Aktif Media Sosial.....	4
Gambar 1. 2 Profil Akun Instagram Folkative, Kumparan, Uss Feeds.....	9
Gambar 1. 3 Mayoritas Masyarakat Mendapatkan Informasi Dari Media Sosial	11
Gambar 3. 1 Profil Akun Instagram Folkative.....	61
Gambar 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	74
Gambar 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	76
Gambar 3. 4 Reliabilitas Variabel X.....	78
Gambar 3. 5 Reliabilitas Variabel Y	79
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram Folkative.....	85
Gambar 4. 2 Perhitungan Korelasi SPSS 26	112
Gambar 4. 3 Perhitungan Regresi Linier SPSS 26.....	113
Gambar 4. 4 Perhitungan Koefisien Determinasi SPSS 26.....	115
Gambar 4. 5 Uji Hipotesis SPSS 26.....	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Followers Instagram Akun Serupa @folkative.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	67
Tabel 3. 2 Data Primer (Skala Likert).....	72
Tabel 3. 3 Rangkuman Validitas Instrument Variabel Konten Instagram @folkative (X).....	75
Tabel 3. 4 Rangkuman Validitas Instrument Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	76
Tabel 3. 5 Penafsiran Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	86
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden	87
Tabel 4. 4 Mengikuti Akun Instagram @folkative	88
Tabel 4. 5 Pernyataan Dimensi Feed Post 1.....	89
Tabel 4. 6 Pernyataan Dimensi Feed Post 2.....	90
Tabel 4. 7 Pernyataan Dimensi Story 1.....	91
Tabel 4. 8 Pernyataan Dimensi Story 2.....	92
Tabel 4. 9 Pernyataan Dimensi Story 3.....	93
Tabel 4. 10 Pernyataan Dimensi Story 4.....	94
Tabel 4. 11 Pernyataan Dimensi Story Highlight 1	95
Tabel 4. 12 Pernyataan Dimensi Story Highlight 2	96
Tabel 4. 13 Pernyataan Dimensi Reels instagram 1.....	97
Tabel 4. 14 Pernyataan Dimensi Reels instagram 2.....	98
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi Reels instagram 3.....	99
Tabel 4. 16 Total Skor Konten Instagram @folkative (X)	100
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Current Need Approach 1	101
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Current Need Approach 2.....	102
Tabel 4. 19 Pernyataan Dimensi Everyday Need Approach 1	103
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Everyday Need Approach 2.....	104
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Exhaustic Need Approach 1	105

Tabel 4. 22 Pernyataan Dimensi Exhaustic Need Approach 2	106
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Catching Up Need Approach 1	107
Tabel 4. 24 Pernyataan Dimensi Catching Up Need Approach 2.....	108
Tabel 4. 25 Pernyataan Dimensi Catching Up Need Approach 3.....	109
Tabel 4. 26 Total Skor Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	110

