



**PENGARUH KONTEN AKUN @GERALDVINCENTT TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA *FOLLOWERS***

LAPORAN SKRIPSI

MUHAMMAD ESYA IRFAN

44521010005

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 : Muhammad Esya Irfan

NIM : 44521010005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN AKUN @GERALDVINCENTT
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
PADA 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, 21 Desember 2025
UNIVERSIT
MERCU BU



Muhammad Esya Irfan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Esya Irfan
NIM : 44521010005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN AKUN @GERALDVINCENTT TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201

Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A ()
NIDN : 0303069401

Penguji Ahli : Zulmi Savitri, M.Ikom ()
NIDN : 0308018703

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Desember 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 : Muhammad Esya Irfan
NIM : 44521010005
Program Stud : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN AKUN @GERALDVINCENTT TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA 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, 21 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Esya Irfan)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Esya Irfan
NIM : 44521010005
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Akun @geraldvincentt Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pada *Followers*.
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

Penggunaan media sosial telah berkembang secara eksponensial, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial bukan hanya tempat untuk berkomunikasi dan berbagi momen, tetapi juga sebagai sumber informasi utama. Mereka juga cenderung mempercayai ulasan dari akun yang mereka anggap sebagai *influencer* di bidang tertentu. Salah satu *influencer* atau konten kreator yang menampilkan konten informatif yaitu Gerald Vincent.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh konten akun @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers. Penelitian ini menggunakan landasan teori Uses and Gratification, teori The Seven Cs menurut Brian Solis (variabel X), dan teori kebutuhan informasi menurut Syafril (variabel Y). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey pada followers akun @geraldvincentt. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 8.285.000 orang dengan jumlah sampel 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode Non-Probability Sampling dengan rumus Taro Yamane.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari konten akun @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers. Dalam penelitian ini hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,371. Angka tersebut mempunyai makna bahwa pengaruh variabel konten media sosial (independent) terhadap variabel kebutuhan informasi (dependen) adalah sebesar 37,1%, Sehingga dapat diartikan bahwa, konten akun @geraldvincentt memberikan pengaruh sebesar 37,1% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers.

Dalam hasil uji koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara konten media sosial dengan kebutuhan informasi. Dapat dilihat bahwa nilai correlation coefficient yang diperoleh sebesar 0,609. Berdasarkan tabel interpretasi dengan nilai koefisien korelasi dapat dikatakan bahwa interval 0,60 – 0,799 memiliki hubungan yang kuat antar kedua variabel.

Kata Kunci: Media Digital, Konten Media Sosial, Kebutuhan Informasi

ABSTRACT

Name : Muhammad Esya Irfan
NIM : 44521010005
Study Program : *Digital Communication*
Thesis Report Title : Pengaruh Konten Akun @geraldvincentt Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pada *Followers*.
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

The use of social media has grown exponentially, especially among the younger generation. Social media is not only a place to communicate and share moments, but also as a primary source of information. They also tend to trust reviews from accounts that they consider to be influencers in certain fields. One of the influencers or content creators who displays informative content is Gerald Vincent.

The purpose of this study is to measure and explain the influence of the content of the @geraldvincentt account on the fulfillment of information needs for followers. This study uses the Uses and Gratification theory, The Seven Cs theory according to Brian Solis (variable X), and the theory of information needs according to Syafril (variable Y). This study uses a quantitative approach with a survey method on followers of the @geraldvincentt account. The population in this study was 8,285,000 people with a sample size of 100 people. This study uses the Non-Probability Sampling method with the Taro Yamane formula.

The results of this study indicate that there is an influence of the content of the @geraldvincentt account on the fulfillment of information needs for followers. In this study, the results of the determination coefficient test were 0.371. This figure means that the influence of the social media content variable (independent) on the information needs variable (dependent) is 37.1%, so it can be interpreted that the content of the @geraldvincentt account has an influence of 37.1% on fulfilling the information needs of followers.

The results of the correlation coefficient test show a very strong and positive relationship between social media content and information needs. It can be seen that the correlation coefficient value obtained is 0.609. Based on the interpretation table with the correlation coefficient value, it can be said that the interval 0.60 - 0.799 has a strong relationship between the two variables.

Keywords: Digital Media, Social Media Content, Information Needs

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Pengaruh Konten Akun @geraldvincentt Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Pada Followers.” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengarahkan, membimbing penulisan skripsi, memberikan ilmu dan solusi atas kesulitan dan hambatan dalam menyusun skripsi ini. Tanpa bimbingan Bapak yang sangat luar biasa, penulis tentu tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan dukungan, arahan, dan motivasi yang luar biasa bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Seluruh responden yang telah membantu meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

6. Ibu Elly Zufriada dan Ayah Sofyan, atas segala doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada henti selama ini. Tanpa dukungan moral dan material dari orang tua, penulis tidak akan mampu mencapai tahap ini. Kehadiran dan semangat yang telah diberikan oleh mereka selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini dengan sebaik-baiknya.
7. Ahmad Nurdiansyah Ahadi Setiawan, Fakhri Ilmam, Pandu Dwi Cahyono, Rofael Zukarnaen, Bayu Anggit Wahyudi, Heinu Adiguna Ramadhan, Danendra Putra Nugraha, Komang Yovansca, Berliana Cahyaningtias, Lina Rahmawati, Raihan Farelliansyah, Asfar Mulla Shadra, Haniyah Nabila Indhea, Dafina Naila Mazidah, Aditya Imam Ardianto, Bang Faroq dan seluruh teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama masa studi ini. Kalian semua tidak hanya menjadi teman belajar, tetapi juga menjadi keluarga kedua yang selalu ada di saat suka maupun duka. Kenangan manis dan perjuangan bersama kalian akan selalu menjadi bagian tak terlupakan dalam perjalanan hidup penulis.
8. Four O'Dimpels, tempat yang telah menjadi rumah kedua selama penulis mengerjakan tugas-tugas dan skripsi ini. Terima kasih kepada seluruh barista yang selalu menyajikan kopi terbaik dan menyediakan suasana nyaman untuk belajar dan bekerja. Kehangatan dan keramahan kalian telah memberikan semangat tambahan bagi penulis dalam menyelesaikan setiap bab skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN LITERATUR.....	9
2.1 Penelitian terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoretis/Konsep.....	17
2.2.1 Teori Uses and Gratification.....	17
2.2.2 Komunikasi Digital.....	18
2.2.3 New Media.....	21

2.2.4	Media Sosial.....	22
2.2.5	Konten Media Sosial.....	26
2.2.6	Kebutuhan Informasi.....	27
BAB III	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1	Paradigma Penelitian.....	30
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	33
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	34
3.4.1	Definisi Konsep.....	34
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1	Data Primer	38
3.5.2	Data Sekunder	39
3.5.3	Uji Validitas	39
3.5.4	Uji Reliabilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.6.2	Uji Koefisien Korelasi.....	45
3.6.3	Uji Hipotesis	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
4.1.1	Profil Gerald Vincent	47
4.1.2	Profil TikTok Gerald Vincent	48
4.1.3	Profil Instagram Gerald Vincent.....	49

4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2.2	Hasil Penelitian Variabel X (Konten Media Sosial).....	53
4.2.3	Hasil Penelitian Variabel Y (Kebutuhan Informasi).....	71
4.2.4	Analisis Statistik.....	82
4.3	Pembahasan.....	86
BAB V.....		93
KESIMPULAN DAN SARAN.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
5.2.1	Saran Akademis.....	94
5.2.2	Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN.....		100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media sosial Paling Banyak di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Alasan Generasi Muda Menggunakan Media sosial	3
Gambar 1. 3 Profil Media sosial @geraldvincentt.....	5
Gambar 1. 4 Platform Media sosial Yang Sering Digunakan.....	6
Gambar 4. 1 Foto Gerald Vincent.....	47
Gambar 4. 2 Profil TikTok Gerald Vincent.....	48
Gambar 4. 3 Profile Summary TikTok Gerald Vincent.....	49
Gambar 4. 4 Profil Instagram Gerald Vincent	49
Gambar 4. 5 Profile Summary Instagram Gerald Vincent.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Media Sosial (X).....	40
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Informasi (Y)	41
Tabel 3. 4 Koefisien Realibilitas.....	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Media Sosial	44
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Media Sosial	44
Tabel 3. 7 Tabel Tingkat Korelasi.....	45
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 5 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten yang diposting oleh akun @geraldvincentt mudah dipahami”.....	53
Tabel 4. 6 Tanggapan responden atas pernyataan: “Pesan yang disampaikan dalam konten @geraldvincentt jelas dan tidak membingungkan”	54
Tabel 4. 7 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi yang disajikan dalam setiap postingan @geraldvincentt tidak bersifat ambigu.”.....	54
Tabel 4. 8 Penilaian Dimensi Clear	55
Tabel 4. 9 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten di akun @geraldvincentt disajikan dengan singkat dan padat.”	56
Tabel 4. 10 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi yang diberikan dalam postingan @geraldvincentt tidak bertele-tele.”	56
Tabel 4. 11 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten @geraldvincentt tidak mengandung informasi yang tidak perlu.”	57
Tabel 4. 12 Penilaian Dimensi Concise	57

Tabel 4. 13 Tanggapan responden atas pernyataan: “Postingan di akun @geraldvincentt menyajikan informasi yang konkret dan dapat dipercaya.”	58
Tabel 4. 14 Tanggapan responden atas pernyataan: “Contoh dan data yang diberikan dalam konten @geraldvincentt mendukung kejelasan informasi.”.....	59
Tabel 4. 15 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi di akun @geraldvincentt spesifik dan terperinci.”	59
Tabel 4. 16 Penilaian Dimensi Concrete.....	60
Tabel 4. 17 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten di akun @geraldvincentt akurat dan dapat diandalkan”	61
Tabel 4. 18 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi yang disajikan di akun @geraldvincentt berdasarkan sumber yang valid.”	61
Tabel 4. 19 Tanggapan responden atas pernyataan: “Postingan di akun @geraldvincentt jarang mengandung kesalahan informasi.”	62
Tabel 4. 20 Penilaian Dimensi Correct	62
Tabel 4. 21 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi yang diposting di akun @geraldvincentt konsisten satu sama lain.”.....	63
Tabel 4. 22 Tanggapan responden atas pernyataan: “Setiap postingan di akun @geraldvincentt memiliki keterkaitan yang jelas dengan postingan lainnya.”	64
Tabel 4. 23 Tanggapan responden atas pernyataan: “Narasi dalam konten @geraldvincentt mudah diikuti dari satu postingan ke postingan lainnya.”.....	64
Tabel 4. 24 Penilaian Dimensi Coherent.....	65
Tabel 4. 25 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi yang disajikan dalam konten @geraldvincentt lengkap dan menyeluruh.”	66
Tabel 4. 26 Tanggapan responden atas pernyataan: “Postingan di akun @geraldvincentt memberikan semua informasi yang dibutuhkan.”.....	66
Tabel 4. 27 Tanggapan responden atas pernyataan: “Tidak ada informasi penting yang terlewatkan dalam konten @geraldvincentt.”	67
Tabel 4. 28 Penilaian Dimensi Complete.....	67

Tabel 4. 29 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten di akun @geraldvincentt disampaikan dengan sopan dan santun.”.....	68
Tabel 4. 30 Tanggapan responden atas pernyataan: “Postingan @geraldvincentt memperhatikan etika komunikasi yang baik.”	69
Tabel 4. 31 Tanggapan responden atas pernyataan: “Gaya bahasa yang digunakan dalam konten @geraldvincentt menghargai audiens.”.....	69
Tabel 4. 32 Penilaian Dimensi Courteous.....	70
Tabel 4. 33 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten dari akun @geraldvincentt memberikan informasi yang saya butuhkan saat ini.”	71
Tabel 4. 34 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya mencari informasi di akun @geraldvincentt ketika saya membutuhkan jawaban atas pertanyaan tertentu.”	72
Tabel 4. 35 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi dari akun @geraldvincentt membantu saya menyelesaikan masalah kekurangan informasi yang saya hadapi.”	72
Tabel 4. 36 Penilaian Dimensi Current Need Approach.....	73
Tabel 4. 37 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya rutin mengakses konten @geraldvincentt untuk mendapatkan informasi yang berguna sehari-hari.”	74
Tabel 4. 38 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi dari akun @geraldvincentt membantu saya dalam aktivitas sehari-hari.”	75
Tabel 4. 39 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya merasa informasi yang disajikan oleh akun @geraldvincentt relevan dengan kebutuhan informasi saya sehari-hari.”	75
Tabel 4. 40 Penilaian Dimensi Everyday Need Approach.....	76
Tabel 4. 41 Tanggapan responden atas pernyataan: “Konten dari akun @geraldvincentt menyediakan informasi yang mendalam dan lengkap.”	77
Tabel 4. 42 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya merasa konten @geraldvincentt mencakup aspek yang saya ingin ketahui tentang suatu topik.”	77
Tabel 4. 43 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi dari akun @geraldvincentt membantu saya memahami suatu topik secara menyeluruh.”	78

Tabel 4. 44 Penilaian Dimensi Exhaustive Need Approach	79
Tabel 4. 45 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya menggunakan konten @geraldvincentt untuk mengejar ketinggalan informasi terbaru.”	80
Tabel 4. 46 Tanggapan responden atas pernyataan: “Informasi dari akun @geraldvincentt membantu saya tetap up-to-date dengan perkembangan terbaru.” ..	80
Tabel 4. 47 Tanggapan responden atas pernyataan: “Saya mencari informasi di akun @geraldvincentt untuk mengetahui berita terbaru yang saya lewatkan.”	81
Tabel 4. 48 Penilaian Dimensi Catching-up Need Approach	81
Tabel 4. 49 Tabel Uji Korelasi	82
Tabel 4. 50 Hasil Uji Korelasi.....	83
Tabel 4. 51 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 52 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	85
Tabel 4. 53 Hasil Uji Hipotesis.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Kuesioner	100
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel X	106
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Y	108
Lampiran 4 Output IBM SPSS Statistic.....	109
Lampiran 5 Biodata Peneliti.....	120

