



**PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM @DREAMCOID
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
FOLLOWERS**

(Survey Kepada Followers Instagram @Dreamcoid)



SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

HANY PUSPITA SARI

44120010131

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Hany Puspita Sari
NIM : 44120010131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @Dreamcoid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Survey Kepada Followers Instagram @Dreamcoid)

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, 5 September 2024

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'DOKUMEN KEUANGAN'. The serial number 'CDDE2ALX18974713' is visible at the bottom.

Hany Puspita Sari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

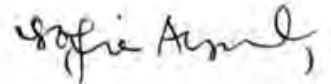
Nama : Hany Puspita Sari
NIM : 44120010131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @Dreamcoid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Survey Kepada Followers Instagram @Dreamcoid)

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 1 : Kurniawan Prasetyo, S.I.kom, M.I.Kom.
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Drs. Marwan Mahmudi M.Si
NIDN : 0311036703
Penguji Ahli : Sofia Aunul, M.Si
NIDN : 0314097601

()
()

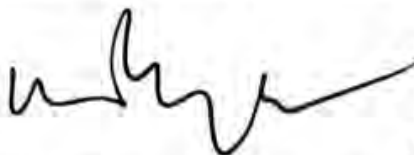


Jakarta, 5 September 2024

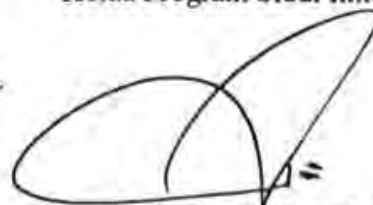
Mengetahui,

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 : Hany Puspita Sari
NIM : 44120010131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @Dreamcoid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Survey Kepada Followers Instagram @Dreamcoid)

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, 5 September 2024

Yang menyatakan,

A 5000 Rupiah Indonesian revenue stamp (Meter Temporal) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METER TEMPORAL' and '5000'. The serial number '454F0ALX18977474' is visible at the bottom.

Hany Puspita Sari

ABSTRAK

Nama : Hany Puspita Sari
NIM : 44120010131
Program Studi : Broadcasting
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @Dreamcoid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Survey Kepada Followers @Dreamcoid)
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S. I. Kom., M.I.Kom

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang saat ini digunakan untuk membagikan dan memenuhi kebutuhan informasi dengan cepat dalam bentuk foto atau video ke sesama pengguna dengan berbagai fitur yang berkembang. Akun @Dreamcoid menjadi salah satu akun Instagram yang selalu membagikan berbagai kategori informasi terkini dan *timeless* setiap harinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Instagram @Dreamcoid untuk memenuhi kebutuhan followersnya.

Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications yang menganggap khalayak sebagai individu yang aktif dan bertanggungjawab penuh atas pemilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini menghasilkan variabel (X) dengan dimensi (Content, Communication, Collaboration, dan Connection) dan variabel (Y) dengan dimensi (Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic need approach, dan Catching-up need approach). Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, dengan populasi penelitian ini adalah followers akun @Dreamcoid dengan jumlah 100 responden sebagai sampel penelitian, dan menggunakan teknik Probability Sampling.

Hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa 63.3 % kebutuhan informasi followers dipengaruhi oleh penggunaan akun Instagram @Dreamcoid, sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar penelitian dan tidak dijelaskan pada penelitian.

Kata Kunci: Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Teori Uses and Gratifications.

ABSTRACT

Name : Hany Puspita Sari

NIM : 44120010131

Study Program: Broadcasting

Thesis Title : The Effect of Using Social Media Instagram Account @Dreamcoid on Fulfilling Followers' Information Needs (Survey to @Dreamcoid Followers)

Consellor : Kurniawan Prasetyo, S. I. Kom., M.I.Kom

Instagram is a social media application currently used to quickly share and access information in the form of photos or videos among users, with various evolving features. The @Dreamcoid account is one of the Instagram accounts that consistently shares various categories of both current and timeless information every day. This study aims to determine the extent of the influence of the @Dreamcoid Instagram account in fulfilling the needs of its followers.

This research employs the Uses and Gratifications Theory, which views the audience as active individuals who are fully responsible for selecting media that can meet their needs. This theory results in the (X) variable with dimensions (Content, Communication, Collaboration, and Connection) and the (Y) variable with dimensions (Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic need approach, and Catching-up need approach). The method used in this study is quantitative, with the population being the followers of the @Dreamcoid account, with 100 respondents as the research sample, using Probability Sampling techniques.

The results of the coefficient of determination in this study indicate that 63.3% of the followers' information needs are influenced by the use of the @Dreamcoid Instagram account, while the remaining 36.7% is influenced by other factors outside the scope of this research.

Keywords: Instagram, Information Needs Fulfillment, Uses and Gratifications Theory.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @Dreamcoid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Survey Kepada Followers Akun @Dreamcoid)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk program studi S-1 Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat banyak pihak yang telah membantu, membimbing, dan mendukung peneliti hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus dan penuh hormat ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi atas bimbingan dan arahan dari awal hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Kampus Cabang Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir yang telah membimbing peneliti dalam penulisan tugas akhir.
6. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S. Sos, M.Ed selaku Sekretaris Program Studi Broadcasting yang telah banyak membimbing selama masa perkuliahan.
7. Ibu Mardhiyyah, S. I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal hingga akhir masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga.

9. Ayah Ngadiman dan Ibu Sari yang tiada hentinya melangitkan doa baik serta memberikan segala dukungan berupa tenaga, pikiran, materi, dan moril dalam memperjuangkan kebahagiaan dan masa depan untuk putrinya.
10. Sansumarto Sadat dan Winem selaku kakek nenek peneliti yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan hidup peneliti karena senantiasa menyayangi dan merawat dari kecil hingga saat ini.
11. Untuk Om, Tante, serta sepupu-sepupu peneliti yang selalu mendukung dan memberi semangat peneliti agar dapat segera menyelesaikan perkuliahan.
12. Abdul Malik Nizar, teman hidup peneliti yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, dukungan, hingga menjadi pendengar yang baik dan kebersamai dalam kondisi apapun.
13. Tri Jati Setiyani, Lunetta Emilia Tansy, Allaika Yasmin Affendi, Prita Priskila Dorothy, dan Intan Rafika Putri selaku sahabat peneliti yang selama ini banyak membantu dan berbagi suka duka kehidupan.
14. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran penelitian ini tetapi tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan penelitian ini sebaik mungkin, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti menerima segala bentuk kritik dan saran untuk menyempurnakan penelitian ini. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 19 Agustus 2024

Hany Puspita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Sosial	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2 Teori Uses and Gratification.....	22
2.2.3 New Media.....	23
2.2.3 Media Sosial	24
2.2.4 Penggunaan Media Sosial Instagram.....	26

2.2.5 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	30
2.2.6 Followers Sebagai Komunikas Media Sosial.....	31
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	35
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	36
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	36
3.4.1 Definisi Konsep	36
3.4.2 Operasional Konsep.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1 Validitas.....	41
3.6.2 Reliabilitas	43
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	45
3.7.2 Uji Korelasi.....	46
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi	47
3.7.4 Uji Hipotesis	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Akun Instagram @Dreamcoid	49
4.1.2 Informasi di Akun Instagram @Dreamcoid	49
4.2 Hasil Penelitian.....	67

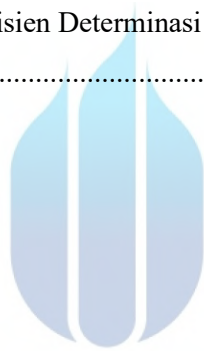
4.2.1 Karakteristik Data Responden	67
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Pengaruh Penggunaan Instagram @Dreamcoid).....	69
4.3 Analisis Statistik.....	86
4.3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	86
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	87
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	88
4.3.4 Uji Hipotesis	89
4.4 Pembahasan	89
BAB V.....	96
SIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	38
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	40
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Instagram @Dreamcoid	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Instagram @Dreamcoid	43
Tabel 3. 5 Koefisien Reliabilitas.....	44
Tabel 3. 6 Tingkatan Hubungan Korelasi	47
Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 5 Pernyataan 1 Dimensi Content.....	69
Tabel 4. 6 Pernyataan 2 Dimensi Content.....	70
Tabel 4. 7 Pernyataan 3 Dimensi Content.....	71
Tabel 4. 8 Pernyataan 1 Dimensi Communication	71
Tabel 4. 9 Pernyataan 2 Dimensi Communication	72
Tabel 4. 10 Pernyataan 3 Dimensi Communication.....	72
Tabel 4. 11 Pernyataan 1 Dimensi Collaboration	73
Tabel 4. 12 Pernyataan 2 Dimensi Collaboration	73
Tabel 4. 13 Pernyataan 1 Dimensi Connection.....	74
Tabel 4. 14 Pernyataan 2 Dimensi Connection.....	74
Tabel 4. 15 Mean Keseluruhan Variabel X (Penggunaan Instagram @Dreamcoid)	75
Tabel 4. 16 Mean Variabel X Dimensi Content.....	75
Tabel 4. 17 Mean Variabel X Dimensi Communication.....	76
Tabel 4. 18 Mean Variabel X Dimensi Collaboration	76
Tabel 4. 19 Mean Variabel X Dimensi Connection.....	76
Tabel 4. 20 Pernyataan 1 Dimensi Current Need Approach.....	77
Tabel 4. 21 Pernyataan 2 Dimensi Current Need Approach.....	78
Tabel 4. 22 Pernyataan 1 Dimensi Everyday Need Approach.....	79
Tabel 4. 23 Pernyataan 2 Dimensi Everyday Need Approach.....	79
Tabel 4. 24 Pernyataan 3 Dimensi Everyday Need Approach.....	80
Tabel 4. 25 Pernyataan 1 Dimensi Exhaustive Need Approach	81

Tabel 4. 26 Pernyataan 2 Dimensi Exhaustive Need Approach	81
Tabel 4. 27 Pernyataan 1 Dimensi Catching Up Need Approach.....	82
Tabel 4. 28 Pernyataan 2 Dimensi Catching Up Need Approach.....	83
Tabel 4. 29 Pernyataan 3 Dimensi Catching Up Need Approach.....	83
Tabel 4. 30 Mean Keseluruhan Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)	84
Tabel 4. 31 Mean Variabel Y Dimensi Current Need Approach.....	85
Tabel 4. 32 Mean Variabel Y Dimensi Everyday Need Approach.....	85
Tabel 4. 33 Mean Variabel Y Dimensi Exhaustive Need Approach	85
Tabel 4. 34 Mean Variabel Y Dimensi Catching Up Need Approach.....	85
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	86
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Koefisien Relasi.....	87
Tabel 4. 37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4. 38 Hasil Uji Hipotesis.....	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet.....	2
Gambar 1. 2 Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia..	3
Gambar 1. 3 Profil Instagram @Dreamcoid.....	4
Gambar 1. 4 Konten Feeds Instagram @Dreamcoid.....	5
Gambar 1. 5 Interaksi like dan komentar pengguna Instagram @Dreamcoid.....	6
Gambar 3. 1 Akun Instagram @Dreamcoid	34
Gambar 3. 2 Jangkauan Usia Followers Instagram @Dreamcoid	34
Gambar 3. 3 Uji Reliabilitas Variabel X (Penggunaan Instagram @Dreamcoid)	45
Gambar 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers). ..	45
Gambar 4. 1 Logo Dreamcoid.....	49
Gambar 4. 2 Konten Informasi Kisah Selebriti tentang Momen Lamaran	51
Gambar 4. 3 Konten Informasi Kisah Selebriti tentang Momen Pernikahan.....	52
Gambar 4. 4 Konten Informasi Kisah Selebriti Tentang Momen Kehamilan dan Kelahiran	53
Gambar 4. 5 Konten Informasi Kisah Selebriti tentang Momen Perceraian.....	54
Gambar 4. 6 Konten Informasi Kisah Selebriti Tentang Kehidupan Sehari-hari	54
Gambar 4. 7 Konten Informasi Kisah Selebritis tentang Kegiatan Profesional.....	55
Gambar 4. 8 Konten Informasi News Dalam Negeri.....	56
Gambar 4. 9 Konten Informasi News Luar Negeri.....	57
Gambar 4. 10 Konten Informasi tentang Konten Viral.....	58
Gambar 4. 11 Konten Informasi tentang kuliner	59
Gambar 4. 12 Konten Informasi Tentang Kesehatan.....	60
Gambar 4. 13 Konten Informasi Tentang Traveling.....	61
Gambar 4. 14 Konten Informasi Tentang Fashion dan Kecantikan.....	61
Gambar 4. 15 Konten Informasi Tentang Tips dan Trik.....	62
Gambar 4. 16 Konten Informasi Tentang Parenting	63
Gambar 4. 17 Konten Informasi Tentang Konten Muslimah	63
Gambar 4. 18 Konten Informasi Tentang Cerita Inspiratif.....	64
Gambar 4. 19 Konten Informasti Tentang Quotes	65
Gambar 4. 20 Konten Informasi tentang Infografis	65