



Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian
Berkonsep *Transit Oriented Development* di Instagram
@lrtcitcity terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli
Konsumen
(Survey pada followers Instagram @lrtcitcity)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH: ANA
DEBORA DEA AUGUSTHA L.
NIM: 55222120028

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MERCU BUANA
2024

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtciti terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen (Survey pada followers Instagram @lrtciti)
Nama : Debora Dea Augustha Lukyandari
N I M : 552222120028
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 19 November 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 November 2024



Debora Dea Augustha L.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Debora Dea Augustha Lukyandari

NIM : 552222120028

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

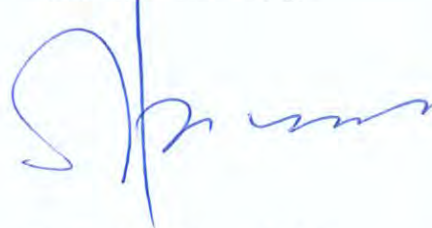
Kosentrasi : Komunikasi Pemasaran

Judul Karya Akhir/Tesis :

Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtciti terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen (Survey pada followers Instagram @lrtciti)

Jakarta, 19 November 2024

Dosen Pembimbing



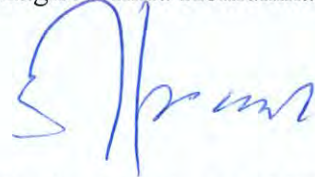
Dr. Heri Budianto, M.Si

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat dan penyertaannya sehingga penelitian berjudul "Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtcitcity terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen" dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Dr. Heri Budianto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing, atas arahan, bimbingan, dan dukungan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini.
2. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si, selaku Ketua Sidang, atas waktu, perhatian, dan masukan konstruktif yang diberikan selama proses sidang penelitian ini.
3. Prof. Dr. Suraya, M.Si, selaku dosen penelaah, atas telaah mendalam, kritik membangun, dan saran berharga yang sangat membantu dalam menyempurnakan penelitian ini.
4. Serta PT Adhi Commuter Properti Tbk. atas kesempatan, dukungan, dan kepercayaan yang diberikan, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan, dan dengan kerendahan hati, membuka diri untuk menerima kritik dan saran yang konstruktif

demi perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini memberikan kontribusi bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam manajemen komunikasi dan komunikasi pemasaran.

Jakarta, Agustus 2024





PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian
Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtcitiy
terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen
(Survey pada followers Instagram @lrtcitiy)

Nama : Debora Dea Augustha Lukyandari

NIM : 552222120028

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 19 November 2024

Jakarta, 19 November 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Suraya, M.Si

(.....)

3. Pembimbing :
Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Debora Dea Augustha Lukyandari
NIM : 55222120028
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis :
Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep Transit Oriented
Development di Instagram @lrtcitcity terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli
Konsumen (Survey pada followers Instagram @lrtcitcity)

Jakarta, 19 November 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Heri Budianto, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian
Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtcit
terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen
(Survey pada followers Instagram @lrtcit)

Nama : Debora Dea Augustha Lukyandari

NIM : 552222120028

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)


Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Pemasaran

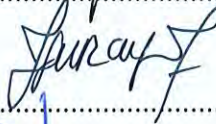
Tanggal : 19 November 2024

Jakarta, 19 November 2024
Mengetahui,

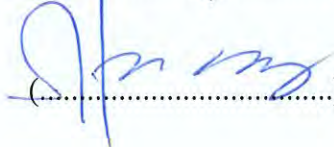
1. Ketua Sidang :
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si
2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Suraya, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Heri Budianto, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : DEBORA DEA AUGUSTHA LUKYANDARI
NIM : 55222120028
Program Studi : Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep *Transit Oriented Development* di Instagram @lrtciti terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen (Survey pada followers Instagram @lrtciti)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 November 2024 didapatkan nilai persentase sebesar 12%

Jakarta, 5 November 2024
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

ABSTRAK

Perkembangan media komunikasi digital pasca pandemi Covid-19 di Indonesia mencerminkan transformasi yang signifikan, terutama dalam ranah media sosial seperti Instagram yang menjadi platform penting untuk penyebaran informasi, edukasi, dan promosi produk serta layanan. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep Transit Oriented Development di Instagram @lrtcitcity terhadap Pemaknaan Internal dan Minat Beli Konsumen." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten edukasi yang disajikan di Instagram terhadap pemaknaan internal dan minat beli konsumen terhadap hunian berkonsep Transit Oriented Development (TOD). Menggunakan teori dasar Difusi Inovasi dari Everett Rogers, penelitian ini mengeksplorasi elemen dari konten Instagram Chris Heuner yang meliputi content, context, community, dan conversation. Juga melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap pemaknaan internal yang digagas oleh Osgood meliputi evaluate, activity, dan potency. Juga melihat seberapa besar pengaruh minat beli yang dilihat dari minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara konten edukasi dan pemaknaan internal konsumen dengan koefisien korelasi sebesar 0,774, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,9%, yang menunjukkan bahwa konten Instagram berperan penting dalam membentuk pemaknaan internal. Selanjutnya, konten edukasi juga berpengaruh kuat terhadap minat beli konsumen dengan koefisien korelasi sebesar 0,834 dan R^2 sebesar 69,5%. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin berkualitas konten yang disajikan, semakin besar minat beli konsumen. Beberapa faktor lain, seperti pemilihan warna dan profesionalisme komunikasi, juga diidentifikasi sebagai area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengaruh konten. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas dan relevansi konten serta pemahaman lebih mendalam terhadap respons audiens agar strategi komunikasi dapat lebih efektif, sehingga mampu menarik minat konsumen untuk membeli hunian berkonsep TOD.

Kata kunci: Konten edukasi, Transit Oriented Development, pemaknaan internal, minat beli, Instagram.

ABSTRACT

The development of digital communication media in post-COVID-19 Indonesia reflects significant transformations, particularly in social media platforms such as Instagram, which has become a crucial medium for disseminating information, education, and promoting products and services. This research, titled *"The Influence of Educational Content on the Benefits of Living in Transit-Oriented Development Housing on the Instagram Account @lrtc on Internal Meaning and Consumer Purchase Interest,"* aims to determine the extent of the influence of educational content presented on Instagram on internal meaning and consumer purchase interest regarding Transit-Oriented Development (TOD) housing. Using Everett Rogers' Diffusion of Innovations theory as a foundation, the study explores elements of Instagram content as outlined by Chris Heuer, including content, context, community, and conversation. It also examines the influence on internal meaning, as proposed by Osgood, encompassing evaluation, activity, and potency. Furthermore, the study evaluates the impact on purchase interest through transactional, referential, preferential, and exploratory dimensions. The findings reveal a significant positive influence of educational content on consumers' internal meaning, with a correlation coefficient of 0.774 and a determination coefficient (R^2) of 59.9%, indicating that Instagram content plays a pivotal role in shaping internal meaning. Additionally, the educational content strongly influences consumer purchase interest, with a correlation coefficient of 0.834 and an R^2 of 69.5%. These results suggest that the higher the quality of the content presented, the greater the consumer's purchase interest. Other factors, such as color selection and communication professionalism, were identified as areas for improvement to enhance content impact. This study recommends improving the quality and relevance of content and gaining deeper insights into audience responses to optimize communication strategies, thereby attracting consumer interest in purchasing TOD housing.

Keywords: educational content, Transit-Oriented Development, internal meaning, purchase interest, Instagram.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	vii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	viii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teori.....	35
2.2.1 Komunikasi Pembangunan	35
2.2.2 <i>Theory Diffusion of Innovation</i>	37
2.2.3 Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep TOD Bagian dari Komunikasi Pembangunan dan Teori Difusi Inovasi.....	40
2.2.4 Komunikasi Pembangunan melalui sosial media Instagram ...	43
2.2.5 Media Baru	47
2.2.6 Instagram	48
2.2.7 Konten Instagram.....	51
2.2.8 Pemaknaan Internal.....	52
2.2.9 Minat Beli Masyarakat.....	56
2.3 Kerangka Berfikir	58
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	59
2.4 Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Tipe Penelitian.....	61
3.2 Metode Penelitian.....	61
3.3 Populasi dan Sampel.....	62
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	64

3.4.1	Definisi Konsep	64
3.4.2	Operasional Konsep.....	71
3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	74
3.5.1	Uji Validitas.....	74
3.5.2	Uji Reliabilitas	77
3.6	Teknik Pengumpulan Data	78
3.6.1	Instrumen Pengumpulan Data.....	79
3.7	Teknik Analisa Data	80
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	80
3.7.1.1	Uji Normalitas	80
3.7.1.2	Uji Multikolinearitas.....	81
3.7.1.3	Uji Heteroskedastisitas	82
3.7.2	Regresi Linear.....	83
3.7.3	Uji Korelasi.....	84
3.7.4	Uji t (t-test).....	85
3.7.5	Uji F (Uji Keterandalan Model).....	85
3.7.6	Uji R ² (uji koefisien determinasi)	86
BAB IV	PEMBAHASAN.....	88
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	88
4.2	Paradigma Penelitian	90
4.3	Hasil Penelitian.....	91
4.3.1	Penyajian Data Karakteristik Responden	91
4.3.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	93
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	103
4.3.3.1	Uji Normalitas	103
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas.....	103
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	104
4.4	Uji Hipotesis 1	105
4.4.1	Regresi Linear X ke Y1	105
4.4.1.1	Uji T Partial	107
4.4.1.2	Uji Kolerasi.....	108
4.4.1.3	Uji Koefisien Determinasi.....	108
4.5	Uji Hipotesis 2	110
4.5.1	Regresi Linear X ke Y2	110
4.5.1.1	Uji T Partial	111
4.5.1.2	Uji Koefisien Kolerasi.....	112
4.5.1.3	Uji Koefisien Determinasi.....	112
4.6	Pembahasan	113
4.6.1	Teori Difusi Inovasi pada Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep TOD	114

4.6.2	Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep TOD terhadap Pemaknaan Internal	116
4.6.3	Pengaruh Pengaruh Konten Edukasi Manfaat Tinggal di Hunian Berkonsep TOD terhadap Minat Beli	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Kesimpulan	124
5.2	Saran	125
5.2.1	Saran Akademis	125
5.2.2	Saran Praktis	125
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN.....		131



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasional Konsep.....	71
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	76
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten Desain Grafis.....	94
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten Grafis Warna	94
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten Fitur	95
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Communication Respon.....	95
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Professional Instagram.....	96
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Kolaborasi dengan Mitra Kerja.....	96
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Kolaborasi dengan Mitra Kerja.....	97
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Jawaban Kemenarikan Konten	97
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Keunikan Konten	98
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten yang Berkualitas.....	98
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten yang Memberikan Kesan yang Baik.....	99
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten yang Menambah Wawasan.....	99
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten yang Memberikan Informasi yang Beguna.....	100
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Jawaban Konten Mudah Dimengerti	100
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Jawaban Minat Transaksional.....	101
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Jawaban Minat Referensial	101
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Jawaban Minat Preferensial	102
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Jawaban Eksploratif Mengunjungi Instagram	102
Tabel 4.21	Distribusi Frekuensi Jawaban Eksploratif Update Informasi.....	102
Tabel 4.22	Uji Normalitas	103
Tabel 4.23	Uji Multikolinearitas	103

Tabel 4.24	Uji Heteroskedastisitas X ke Y1.....	104
Tabel 4.25	Uji Heteroskedastisitas X ke Y2.....	105
Tabel 4.26	Uji Regresi Linear X ke Y1	106
Tabel 4.27	Output Uji T Partial	107
Tabel 4.28	Uji Koefisien Korelasi.....	108
Tabel 4.29	Output Koefisien Determinasi.....	109
Tabel 4.30	Output SPSS Regresi Linear X ke Y2.....	110
Tabel 4.32	Output Uji Koefisien Kolerasi X ke Y2	112
Tabel 4.33	Output Uji Koefisien Determinasi.....	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram akun @lrtcycity.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	59
Gambar 4.1 Instagram @lrtcycity.....	89
Gambar 4.2 Jenis Kelamin	91
Gambar 4.3 Usia Responden.....	92
Gambar 4.4 Pendidikan Responden	92
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	124

