



**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@ISMAYALIVE TERHADAP PARTISIPASI PUBLIK PADA *EVENT*
ISMAYA GROUP
(Survey Pada *Followers* Akun Instagram @ismayalive)**



CARISSA AMALIA PUTRIA
44221010121

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Carissa Amalia Putra
NIM : 4422101012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial
Instagram @Ismayalive Terhadap Partisipasi Publik Pada Event Ismaya Group
(Survey Pada Followers Akun Instagram @Ismayalive)

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 Januari 2025



Carissa Amalia Putra

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Carissa Amalia Putra
NIM : 44221010121
Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Laporan Skripsi
: Pengaruh Konten Media Sosial Instagram
@Ismayalive Terhadap Partisipasi Publik Pada *Event* Ismaya Group (Survey Pada
Followers Akun Instagram @Ismayalive)

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.Ikom M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi S.S., M.Soc.Sc., Ph.D ()
NIDN : 0324129202
Penguji Ahli : Suryaning Hayati S.E, M.M, M.Ikom ()
NIDN : 0322088201

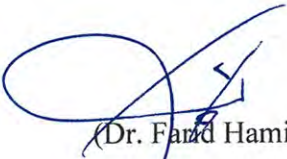
Jakarta, 03 Januari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Fard 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 : Carissa Amalia Putra
NIM : 44221010121
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial
Instagram @Ismayalive Terhadap Partisipasi Publik Pada Event Ismaya Group
(Survey Pada Followers Akun Instagram @Ismayalive)

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, 21 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Carissa Amalia Putra)

ABSTRAK

Nama : Carissa Amalia Putria
NIM : 44221010121
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Ismayalive Terhadap Partisipasi Publik Pada *Event* Ismaya Group (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @Ismayalive)
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

Seiring dengan berkembangnya teknologi, masyarakat mulai beralih dari media tradisional ke media sosial sebagai sumber informasi utama. Instagram menjadi salah satu platform yang efektif digunakan oleh berbagai perusahaan untuk berinteraksi dengan audiensnya. Ismaya Group, melalui akun Instagram @ismayalive, memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan partisipasi publik pada *event-event* yang diselenggarakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh konten media sosial Instagram @ismayalive terhadap partisipasi publik pada *event* Ismaya Group. Konten media sosial didefinisikan sebagai segala bentuk informasi atau materi, seperti teks, gambar, video, audio, dan elemen interaktif lainnya, yang dibuat dan dibagikan melalui platform media sosial untuk tujuan komunikasi, promosi, atau interaksi dengan audiens. Partisipasi publik adalah keterlibatan aktif individu atau kelompok dalam kegiatan, keputusan, atau inisiatif yang berhubungan dengan kepentingan bersama, baik melalui kehadiran fisik maupun kontribusi secara digital atau sosial. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) untuk menganalisis bagaimana stimulus berupa konten media sosial memengaruhi respons audiens dalam bentuk partisipasi publik. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram @ismayalive dengan total 100 responden. Penelitian ini menunjukkan bahwa Konten Media Sosial memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap Partisipasi Publik. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,812 dan analisis koefisien determinasi sebesar 65,9%, konten Instagram @ismayalive terbukti memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan partisipasi publik sedangkan 34,1% dipengaruhi faktor lain dan berdasarkan hasil regresi linear sederhana di dapat bahwa konten media sosial dapat meningkatkan partisipasi publik sebesar 58,8%.

Kata Kunci : *Konten, Media Sosial, Instagram, Partisipasi Publik, Event*

ABSTRACT

Name : Carissa Amalia Putria
NIM : 44221010121
Study Program : Communcation Science
Thesis Title : *The Influence of Instagram @Ismayalive Social Media Content on Public Participation in Ismaya Group Events (Survey on Followers of @Ismayalive Instagram Account)*
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

Along with the development of technology, people began to switch from traditional media to social media as the main source of information. Instagram has become one of the effective platforms used by various companies to interact with their audience. Ismaya Group, through its Instagram account @ismayalive, utilizes this platform to increase public participation in the events it organizes. This study aims to measure and explain the influence of Instagram @ismayalive social media content on public participation in Ismaya Group events. Social media content is defined as any form of information or material, such as text, images, video, audio and other interactive elements, created and shared through social media platforms for the purpose of communication, promotion or interaction with audiences. Public participation is the active involvement of individuals or groups in activities, decisions, or initiatives related to common interests, either through physical presence or digital or social contributions. This research uses the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory to analyze how stimulus in the form of social media content influences audience response in the form of public participation. The data collection technique used in this research is the survey method by distributing questionnaires. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study are followers of the Instagram account @ismayalive Instagram account with a total of 100 respondents. This research shows that Social Media Content has a significant influence on Public Participation. With a correlation coefficient of 0.812 and a coefficient of determination analysis of 65.9%, @ismayalive Instagram content is proven to make a major contribution to increasing public participation while 34.1% is influenced by other factors and based on the results of simple linear regression it can be seen that social media content can increase public participation by 58.8%.

Keywords: *Content, Social Media, Instagram, Public Participation, Event*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia serta rahmat yang telah dilimpahkan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @ismayalive Terhadap Partisipasi Publik Pada *Event* Ismaya Group (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @ismayalive)”

Selama proses penelitian ini, peneliti senantiasa mendapat bimbingan, dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus kepada seluruh pihak yang terlibat, teriring ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang senantiasa telah membimbing dan membantu dengan memberi arahan, nasihat serta masukan selama proses penyusunan proposal skripsi ini hingga selesai.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana untuk segala ilmu serta pengajaran yang diberikan selama masa perkuliahan.
5. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu saya dalam proses memenuhi data yang diperlukan.
6. Ibunda saya tercinta, Ibu Lia Asfrida yang sudah mengerahkan segala usaha, doa, kasih sayang, bimbingan, semangat serta memberikan dukungan baik secara moral maupun materi2 kepada saya selama ini, yang tidak akan bisa saya gantikan dengan apapun.
7. Kedua Adik yang saya sayangi, Aldhaisya Putria Rambe dan Arcellina Pricillia yang sudah memberikan motivasi secara tidak langsung untuk selalu bertahan ditengah masa sulit yang saya lewati.

8. Sahabat - sahabat saya Rafa, Desty, Amel, Jonathan, Rico, Nollan, Khansa, Andre, Windi, Syalwa, Zhafira dan Kayla yang selalu setia menemani, dan tiada hentinya mendengarkan keluh kesah, memberikan kepercayaan terhadap saya, hiburan dan semangat dalam menjalani masa-masa sulit yang saya lewati.
9. Teman-teman sekaligus sahabat perkuliahan saya, Asqila, Anisha, Ananda, Bhekti, Edithia, Ralia, Rizka, Sinta, Kharisma, Renata, Jihan, Amanda, Zania, Dewil dan seluruh teman sejurusan Public Relation 2021. Mereka adalah teman seperjuangan saya, yang selalu memberikan warna di masa perkuliahan, semangat, motivasi, serta doa disaat saya berada pada situasi tersulit saya dan mempercayai diri saya bahwa saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
10. Tak lupa, terima kasih kepada Muhammad Alif Pratama atas dukungan, kesabaran, motivasi dan semangat yang diberikan dari awal perkuliahan hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan kuliah dengan baik.
11. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri karena sudah mau berjuang dan bertahan sejauh ini dalam melewati senang dan sedih masa-masa perkuliahan, sehingga akhirnya saya bisa berada dititik sekarang hingga dapat menyelesaikan Penelitian ini.

Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besar nya kepada pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan penelitian ini. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat berguna serta bermanfaat untuk memperluas wawasan bagi pembacanya.

Jakarta, 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon)	19
2.3 Komunikasi Digital	20
2.4 <i>New Media</i>	22
2.5 Media Sosial.....	24
2.6 Konten Media Sosial	26
2.7 Instagram.....	29
2.8 <i>Event</i>	31
2.9 Partisipasi Publik.....	34
2.10 Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik Penarikan Sampel	45
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	46
3.5.1 Definisi Konsep	46
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1 Data Primer	50
3.6.2 Data Sekunder.....	51
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.7.1 Uji Validitas	51
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.8 Teknik Analisis Data	57
3.8.1 Analisis Regresi	58
3.9 Uji Hipotesis	59
3.9.1 Uji t.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Visi dan Misi Ismaya Group	62
4.1.2 Media Sosial Instagram Ismaya (@ismayalive).....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden	64
4.3 Analisis Deskriptif Kuesioner	67
4.3.1 Variabel Konten Media Sosial (X).....	67
4.3.2 Variabel Partisipasi Publik (Y).....	79
4.4 Analisis Statistik.....	86
4.4.1 Hasil Uji Korelasi.....	86

4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	87
4.4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	87
4.4.4 Uji Hipotesis (Uji t)	89
4.5 Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Akademis	96
5.2.2 Saran Praktis.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	48
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	51
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial (X)	53
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Partisipasi Publik (Y).....	54
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	56
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Konten Media Sosial (X)	56
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Partisipasi Publik (Y)	57
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4. 2 Usia Responden	65
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	65
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	66
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Pernyataan 1	67
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Pernyataan 2	68
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Pernyataan 3	68
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Pernyataan 4	69
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Pernyataan 5	69
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Pernyataan 6	70
Tabel 4. 11 Frekuensi Jawaban Pernyataan 7	70
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban Pernyataan 8	71
Tabel 4. 13 Frekuensi Jawaban Pernyataan 9	72
Tabel 4. 14 Frekuensi Jawaban Pernyataan 10	72
Tabel 4. 15 Frekuensi Jawaban Pernyataan 11	73
Tabel 4. 16 Frekuensi Jawaban Pernyataan 12	73
Tabel 4. 17 Frekuensi Jawaban Pernyataan 13	74
Tabel 4. 18 Frekuensi Jawaban Pernyataan 14	74
Tabel 4. 19 Frekuensi Jawaban Pernyataan 15	75
Tabel 4. 20 Frekuensi Jawaban Pernyataan 16	75
Tabel 4. 21 Frekuensi Jawaban Pernyataan 17	76

Tabel 4. 22 Frekuensi Jawaban Pernyataan 18	76
Tabel 4. 23 Frekuensi Jawaban Pernyataan 19	77
Tabel 4. 24 Frekuensi Jawaban Pernyataan 20	77
Tabel 4. 25 Karakteristik Variabel Konten Media Sosial (X).....	78
Tabel 4. 26 Frekuensi Jawaban Pernyataan 21	79
Tabel 4. 27 Frekuensi Jawaban Pernyataan 22	79
Tabel 4. 28 Frekuensi Jawaban Pernyataan 23	80
Tabel 4. 29 Frekuensi Jawaban Pernyataan 24	80
Tabel 4. 30 Frekuensi Jawaban Pernyataan 25	81
Tabel 4. 31 Frekuensi Jawaban Pernyataan 26	82
Tabel 4. 32 Frekuensi Jawaban Pernyataan 27	82
Tabel 4. 33 Frekuensi Jawaban Pernyataan 28	83
Tabel 4. 34 Frekuensi Jawaban Pernyataan 29	83
Tabel 4. 35 Frekuensi Jawaban Pernyataan 30	84
Tabel 4. 36 Frekuensi Jawaban Pernyataan 31	84
Tabel 4. 37 Karakteristik Variabel Partisipasi Publik (Y)	85
Tabel 4. 38 Hasil Uji Korelasi	86
Tabel 4. 39 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 40 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	88
Tabel 4. 41 Hasil Reliabilitas Konten Media Sosial	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Januari 2024	2
Gambar 1. 2 Profile Instagram @ismayalive	4
Gambar 1. 3 Feeds Instagram @ismayalive	5
Gambar 4. 1 Logo Ismaya.....	61
Gambar 4. 2 Akun Instagram @ismayalive.....	63
Gambar 4. 3 Konten Media Sosial Instagram @ismayalive	93

