

**PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM
@DARIHALTE_KEHALTE TERHADAP MINAT
FOLLOWERS DALAM MENGGUNAKAN TRANSPORTASI
UMUM DI DKI JAKARTA**

CITTA GIANTRY

ABSTRAK

Media sosial merupakan hasil dari keberadaan *new media*. Media sosial menjadi wadah bagi penggunanya saling terkoneksi dan berbagi informasi satu sama lain. Keberadaan media sosial ini dimanfaatkan oleh komunitas DHKH untuk mengajak masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah Jabodetabek, untuk menggunakan transportasi umum. Komunitas DHKH membuat akun Instagram bernama @darihalte_kehalte sebagai wadah untuk saling berbagi rekomendasi kuliner dan tempat menarik yang ada di sekitar stasiun atau halte. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh konten akun Instagram @darihalte_kehalte terhadap minat *followers* dalam menggunakan transportasi umum di DKI Jakarta. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Agenda-setting*. Konsep dalam penelitian ini mencakup media sosial, Instagram, konten Instagram, dan minat penggunaan transportasi umum. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan data primer sebagai data utama. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @darihalte_kehalte, dengan perhitungan melalui rumus slovin mendapat jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari konten akun Instagram @darihalte_kehalte terhadap minat *followers* dalam menggunakan transportasi umum di DKI Jakarta dengan besaran pengaruh sebesar 29,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 70,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci: Instagram, Konten, Media Sosial, Minat Penggunaan Transportasi Umum

**THE INFLUENCE OF THE CONTENT FROM
@DARIHALTE_KEHALTE INSTAGRAM ACCOUNT ON
FOLLOWERS INTEREST IN USING PUBLIC
TRANSPORTATION IN DKI JAKARTA**

CITTA GIANTRY

ABSTRACT

Social media is the result of the existence of new media. Social media provides a platform for users to connect and share information with each other. The DHKH community uses social media to encourage audience in Indonesia, especially in the Jabodetabek area, to use public transportation. The DHKH community created an Instagram account called @darihalte_kehalte as a place to share culinary recommendations and interesting places around the station or bus stop. This study aims to discuss the effect of @darihalte_kehalte Instagram account content on followers' interest in using public transportation in DKI Jakarta. The theory used in this research is Agenda-setting Theory. The concepts in this study include social media, Instagram, Instagram content, and interest in using public transportation. The research method used in this research is explanatory quantitative using primary data as the main data. Primary data in this research were obtained through distributing questionnaires to respondents. The sampling technique used purposive sampling technique and the population of this study were followers of the @darihalte_kehalte Instagram account, with calculations through the slovin formula getting a sample size of 100 respondents. The results showed that there was an influence of the content of the Instagram account @darihalte_kehalte on followers' interest in using public transportation in DKI Jakarta with an influence reaches 29.8%, while the remaining 70.2% is influenced by other factors that are not in this study.

Keywords: *Instagram, Content, Social Media, Interest in Using Public Transportation*