



Sumber: (Radar Bogor, 2023)

Judul Tugas Akhir Skripsi:

## **PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @radar\_bogor TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

Diajukan Untuk Memenuhi Seminar Usulan Proposal Sebagai Syarat Tugas Akhir  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Riska Noviyanti

NIM : 2010411020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
“VETERAN” JAKARTA



# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Riska Noviyanti  
NIM : 2010411020  
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Juli 2023

Yang menyatakan,



Riska Noviyanti

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Noviyanti  
NIM : 2010411020  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

#### **PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RADAR\_BOGOR TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

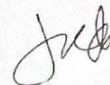
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan  
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 17 Juli 2024

Yang menyatakan,



Riska Noviyanti

## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Riska Noviyanti  
NIM : 2010411020  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @radar\_bogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

Vinta Sevila, S.IIP., M.I.Kom

Penguji 1

Dr. Ana Kuswanti, M.Si

Penguji 2

Dede Suprayitno, M.Ikom

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 5 Juli 2024



**Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @radar\_bogor Terhadap  
Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***

Riska Noviyanti

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[2010411020@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2010411020@mahasiswa.upnvj.ac.id)

**ABSTRAK**

Realitas akun media sosial informasi di Bogor tidak menyampaikan informasi secara tuntas/ lengkap dari segi isi, sehingga memungkinkan masyarakat atau *followers* tertinggal informasi penting seperti pembangunan jembatan yang berdampak pada lalu lintas di Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten media sosial disalah satu akun Instagram yakni @radar\_bogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan model *Uses and Gratification* yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dari variabel dependen dan independen. Menggunakan pendekatan kuantitatif jenis deskriptif dengan metode survey dalam bentuk kuesioner Google Form yang disebarluaskan kepada 200 responden *followers* akun Instagram @radar\_bogor. Teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini didapatkan dari uji hipotesis dengan uji T, didapatkan hasil bahwa  $T_{hitung} 15,689 > T_{tabel} 1,984$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel konten media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hasil uji koefisien determinasi, didapatkan besaran konten media sosial Instagram @radar\_bogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 55,4% dan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten media sosial Instagram @radar\_bogor memiliki pengaruh yang cukup penting dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

**Kata Kunci :** Konten Media Sosial, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Uses and Gratification Model

***The Influence of Instagram @radar\_bogor Social Media Content on Fulfilling Followers' Information Needs***

Riska Noviyanti

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[2010411020@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2010411020@mahasiswa.upnvj.ac.id)

***ABSTRACT***

*The reality of information social media accounts in Bogor that do not convey information thoroughly / completely in terms of content, thus allowing the public or followers to miss important information such as road construction that has an impact on traffic in Bogor. This study aims to examine the influence of social media content on one Instagram account, namely @radar\_bogor, on fulfilling followers' information needs. This study uses the Uses and Gratification model which is used to explain the relationship of the dependent and independent variables. Using a descriptive type quantitative approach with a survey method in the form of a Google Form questionnaire distributed to 200 respondents of @radar\_bogor Instagram account followers. The sampling technique used is purposive sampling technique. The results of this study were obtained from hypothesis testing with the T test, it was found that  $T \text{ count } 15.689 > T \text{ table } 1.984$ . It can be concluded that the social media content variable has a significant influence on fulfilling followers' information needs. The results of the coefficient of determination test, obtained the amount of Instagram @radar\_bogor social media content on fulfilling followers' information needs by 55.4% and the remaining 44.6% is influenced by other factors not examined in this study. This shows that the social media content of Instagram @radar\_bogor has a fairly important influence in fulfilling the information needs of followers.*

***Keywords:*** *Social Media Content, Information Needs Fulfillment, Uses and Gratification Model*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan ini disusun sejak bulan September 2023 untuk memenuhi syarat kelulusan dengan judul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @radar\_bogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”. Penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Aniek Irawatie, M.Si selaku dosen pembimbing akademik
2. Dr, Azwar, S.S., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi
3. Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan yang sangat baik.
4. Dr. Ana Kuswanti, M.Si selaku dosen penguji 1 yang telah menguji saya saat sidang proposal dan memberikan *insight* baru.
5. Dede Suprayitno, M.Ikom selaku dosen penguji 2 yang telah menguji saya saat sidang proposal dan memberikan *insight* baru.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan.
7. Orang tua, Ana Triana dan Yuliyanto yang telah memberikan dukungan afeksi dan material.
8. Yudi, Syahla, dan Ka Shafira yang telah membantu dan mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, masukan dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, 20 Juni 2024



Riska Noviyanti

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Praktis .....	13
1.4.2 Manfaat Akademis .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.1 Teori & Konsep Penelitian .....	20
2.1.1 Media Baru .....	20
2.1.2 Media Sosial Instagram .....	22
2.1.3 Kebutuhan Informasi .....	24
2.2 Model Penelitian.....	26
2.2.1 Model Uses and Gratification .....	26
2.3 Kerangka Berpikir .....	30
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Objek Penelitian .....	33
3.2 Jenis Penelitian .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	36



3.3.1 Kuesioner .....	36
3.3.2 Observasi .....	37
3.3.3 Populasi.....	37
3.3.4 Sampel .....	37
3.4 Sumber Data .....	39
3.4.1 Data Primer .....	39
3.4.2 Data Sekunder.....	39
3.4.3 Operasional Variabel .....	39
3.5 Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.5.3 Uji Korelasi.....	46
3.5.4 Uji Regresi .....	46
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi .....	47
3.5.6 Uji Hipotesis .....	47
3.5.7 Uji Normalitas.....	47
3.6 Tabel Rencana Waktu .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	50
4.1.2. Analisis Pernyataan Variabel X (Konten Media Sosial) .....	53
4.1.3. Analisis Hasil Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi).....	63
4.2 Hasil Analisis Data .....	70
4.2.1 Hasil Uji Korelasi .....	70
4.2.2 Hasil Uji Regresi.....	71
4.2.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.2.5 Hasil Uji Normalitas .....	75
4.3 Pembahasan (Analisis Kausalitas).....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran .....	83

5.2.1 Saran Teoritis.....	83
5.2.2 Saran Praktis .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84
RIWAYAT HIDUP.....	87
LAMPIRAN.....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Menggunakan Internet .....	3
Gambar 1.2 Durasi Menggunakan Media Sosial .....	5
Gambar 1.3 Perbandingan Konten @radar_bogor dengan @tribunbogor .....	6
Gambar 1.4 Postingan dan Komentar Instagram @infobogor .....	7
Gambar 1.5 Sumber video postingan instagram @radar_bogor .....	9
Gambar 1.6 Perbandingan Konten Instagram @radar_bogor dengan @bogordailynews .....	11
Gambar 2.1 Model Uses and Gratification .....	27
Gambar 3.1 Jumlah Followers Instagram @radarbogor per 26 Oktober 2023 .....	33
Gambar 3.2 Data followers Instagram @radar_bogor .....	34

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Matriks Penelitian</b> .....	15
<b>Tabel 2.2 Kebaruan Media Baru</b> .....	20
<b>Tabel 2.3 Kerangka Berpikir</b> .....	30
Tabel 3.1 Skala Likert .....	36
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X .....	42
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y .....	43
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Tingkatan Reliabilitas .....	45
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45
Tabel 3.8 Rencana Waktu .....	49
Tabel 4. 1Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	51
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4. 5 Rentang Waktu Follow Instagram @radar_bogor .....	52
Tabel 4. 6 Pernyataan 1 Konten Media Sosial .....	53
Tabel 4. 7 Pernyataan 2 Konten Media Sosial .....	54
Tabel 4. 8 Pernyataan 3 Konten Media Sosial .....	55
Tabel 4. 9 Pernyataan 4 Konten Media Sosial .....	55
Tabel 4. 10 Pernyataan 5 Konten Media Sosial .....	56
Tabel 4. 11 Pernyataan 6 Konten Media Sosial .....	57
Tabel 4. 12 Pernyataan 7 Konten Media Sosial .....	57
Tabel 4.13 Pernyataan 8 Konten Media Sosial .....	58
Tabel 4. 14 Pernyataan 9 Konten Media Sosial .....	59
Tabel 4. 15 Pernyataan 10 Konten Media Sosial .....	59
Tabel 4. 16 Pernyataan 11 Konten Media Sosial .....	60
Tabel 4. 17 Pernyataan 12 Konten Media Sosial .....	61
Tabel 4. 18 Pernyataan 13 Konten Media Sosial .....	61
Tabel 4. 19 Pernyataan 14 Konten Media Sosial .....	62
Tabel 4. 20 Pernyataan 1 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	63

Tabel 4.21 Pernyataan 2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	64
Tabel 4.22 Pernyataan 3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	64
Tabel 4.23 Pernyataan 4 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	65
Tabel 4.24 Pernyataan 5 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	66
Tabel 4. 25 Pernyataan 6 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	66
Tabel 4.26 Pernyataan 7 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	67
Tabel 4. 27 Pernyataan 8 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	68
Tabel 4.28 Pernyataan 9 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	68
Tabel 4. 29 Pernyataan 10 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	69
Tabel 4.30 Kategori Tingkat Korelasi.....	70
Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi.....	71
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi .....	72
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	73
Tabel 4.34 Hasil Uji Hipotesis .....	74
Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Skripsi .....	88
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	89
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	90
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Sidang Proposal.....	91
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 6. Hasil Kuesioner Variabel X.....	98
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Variabel Y.....	104
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel X .....	110
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	113
Lampiran 10. Dokumentasi.....	115
Lampiran 11. Hasil Turnitin .....	116
Lampiran 12. Surat Izin Riset .....	117
Lampiran 13. Sertifikat .....	118