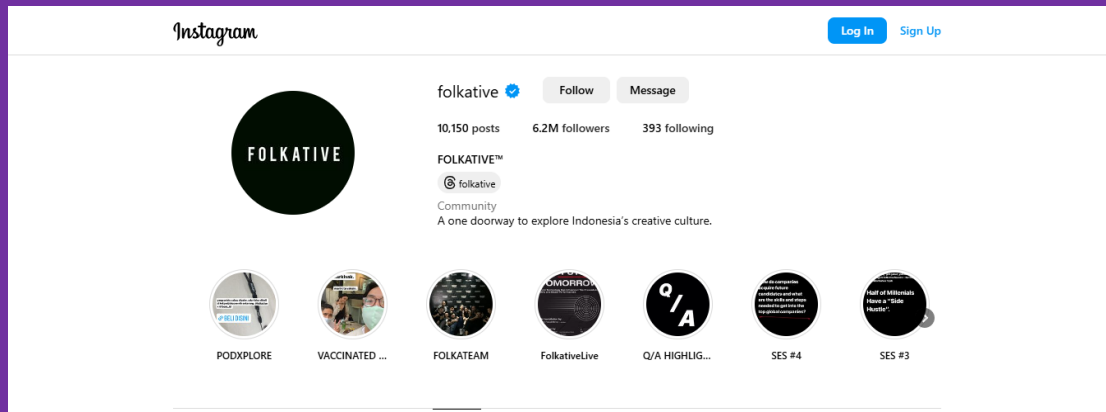




PENGARUH PENGALAMAN BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT YANG DIPEROLEH TERHADAP PERILAKU BERBAGI INFORMASI (SURVEI FOLLOWERS GEN Z INSTAGRAM FOLKATIVE)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Jihan Aulia Tsabitha

NIM : 2110411280



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jihan Aulia Tsabitha

NIM : 2110411280

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,

(Jihan Aulia Tsabitha)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jihan Aulia Tsabitha
NIM : 2110411280
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 PENGALAMAN BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN
DAN MANFAAT YANG DIPEROLEH TERHADAP PERILAKU BERBAGI
INFORMASI (SURVEI FOLLOWERS GEN Z INSTAGRAM
FOLKATIVE).**

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 : 21 Juli 2025

Yang menyatakan,



Jihan Aulia Tsabitha

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Jihan Aulia Tsabitha
NIM : 2110411280
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Pengalaman Berbagi Informasi, Kepercayaan, dan Manfaat Yang Diperoleh Terhadap Perilaku Berbagi Informasi (Survei Followers Gen Z Instagram Folkative)

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



Dr. Drina Intyaswati, M.Si.

Penguji 1



Dra. Siti Maryam, M.Si

Penguji 2



Puri Bestari Mardani, S.Hum. M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 25 Juni 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya serta salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengalaman Berbagi Informasi, Kepercayaan, dan Manfaat Yang Diperoleh Terhadap Perilaku Berbagi Informasi (Survei Followers Gen Z Instagram Folkative)". Tujuan utama dalam penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan tugas akhir dalam menyelesaikan gelar Sarjana Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit tantangan yang dihadapi. Namun, penulis sangat bersyukur berkat dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Umi selaku Nenek penulis, Mama, Ayah, dan Adik Shaka yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, cinta dan kasih kepada penulis yang sangat berarti untuk penulis baik secara moril maupun materiil yang tak henti-hentinya diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Drina Intyaswati, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi serta Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama masa perkuliahan, memberikan panduan, saran dan nasihat kepada penulis selama proses penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
4. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
5. Alyani Putri Nadhilah dan Fildzah Putri yang bukan hanya menjadi sahabat, tetapi juga telah menjadi keluarga bagi penulis.

6. Namira Rahman, Maura Zivanka, Julia Amanda, Hana Athaya, dan Kira Zafir, sebagai sahabat-sahabat penulis sejak masa SMA yang hingga kini tetap setia memberikan dukungan dan semangat.
7. Zahra Zavira Tifan, Annisa Faradiena, Fila Sofi Rabbani, Rindi Terra Novia, Jihaan Haniifah Yarra, Khairunisa Anandhita, Ariandira Tsabitha, Natasya Esa, Danardono, dan Nabil Daffa Aditama, sebagai sahabat-sahabat seperjuangan selama masa perkuliahan, yang telah menjadi teman berbagi suka dan duka, saling mendukung dalam setiap tantangan akademik, dan memberikan semangat yang tiada henti.
8. Firda Fauziyah, Mira Andiani, Rifa Ramadhani, dan Fathyo Raihan Kamal sebagai teman-teman bimbingan yang bersama-sama membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu. Terima kasih telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya serta membalas kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi kontribusi positif bagi pembaca.

Jakarta, 10 Juni 2025



Jihan Aulia Tsabitha

PENGARUH PENGALAMAN BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT YANG DIPEROLEH TERHADAP PERILAKU BERBAGI INFORMASI (SURVEI FOLLOWERS GEN Z INSTAGRAM FOLKATIVE)

Jihan Aulia Tsabitha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbagi informasi, kepercayaan, dan manfaat yang diperoleh terhadap perilaku berbagi informasi pada followers Gen Z akun Instagram Folkative. Generasi Z, sebagai pengguna aktif media sosial, memiliki peran penting dalam penyebaran informasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 400 responden yang merupakan pengikut akun Instagram Folkative dan termasuk dalam kategori Gen Z. Data dikumpulkan menggunakan google form dan dianalisis dengan SPSS versi 27 melalui berbagai uji, yaitu uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman berbagi informasi, kepercayaan terhadap sumber informasi, dan manfaat yang dirasakan secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku berbagi informasi. Artinya, semakin sering dan positif pengalaman berbagi, semakin tinggi kepercayaan terhadap konten, serta semakin besar manfaat yang dirasakan, maka kecenderungan untuk terus berbagi informasi juga meningkat. Pengaruh yang diberikan Perilaku Berbagi Informasi terhadap Pengalaman Berbagi Informasi, Kepercayaan, dan Manfaat Yang Diperoleh sebesar 40,8% terhadap perilaku berbagi informasi, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Perilaku Berbagi Informasi, Kepercayaan, Manfaat, Gen Z, Instagram

**PENGARUH PENGALAMAN BERBAGI INFORMASI, KEPERCAYAAN
DAN MANFAAT YANG DIPEROLEH TERHADAP PERILAKU BERBAGI
INFORMASI (SURVEI FOLLOWERS GEN Z INSTAGRAM FOLKATIVE)**

Jihan Aulia Tsabitha

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of information sharing experience, trust, and benefits obtained on information sharing behavior on Gen Z followers of the Folkative Instagram account. Generation Z, as active users of social media, has an important role in the dissemination of digital information. This study uses a quantitative approach through a survey of 400 respondents who are followers of the Folkative Instagram account and fall into the Gen Z category. Data was collected using google form and analyzed with SPSS version 27 through various tests, namely validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results show that information sharing experience, trust in information sources, and perceived benefits significantly and positively influence information sharing behavior. That is, the more frequent and positive the sharing experience, the higher the trust in the content, and the greater the perceived benefits, the tendency to continue sharing information also increases. The effect of information sharing behavior on information sharing experience, trust, and benefits gained is 40.8% on information sharing behavior, while the rest is influenced by other factors outside the study.

Keywords: *Information Sharing Behavior, Trust, Benefits, Gen Z, Instagram*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	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	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	23
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	23
2.2.2 Pengalaman Berbagi Informasi	25
2.2.3 Kepercayaan.....	26
2.2.4 Manfaat yang Diperoleh.....	28
2.2.5 Perilaku Berbagi Informasi	29
2.2.6 Teori Kognitif Sosial.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34

3.3 Operasional Variabel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Kuesioner.....	38
3.4.2 Populasi.....	39
3.4.3 Sampel.....	39
3.5 Sumber Data.....	41
3.5.1 Data Primer.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6.3 Uji Asumsi Klasik Untuk Regresi Linier Berganda.....	48
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	48
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.6.4 Uji Hipotesis.....	49
3.6.5 Regresi Linear Berganda.....	49
3.7 Tabel Rencana Waktu.....	50
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.1.1 Identitas Responden: Jenis Kelamin.....	52
4.1.1.2 Identitas Responden: Usia.....	53
4.1.1.3 Identitas Responden: Status Pekerjaan Responden.....	54
4.1.1.4 Identitas Responden: Waktu Mengikuti Akun Instagram @folkative.....	54
4.1.2 Analisis Pernyataan Variabel.....	55
4.1.2.1 Variabel X1: Pengalaman Berbagi Informasi.....	55
4.1.2.2 Variabel X2 Kepercayaan.....	58
4.1.2.3 Variabel X3 Manfaat Yang Diperoleh.....	60
4.1.2.4 Variabel Y Perilaku Berbagi Informasi.....	63
4.2.2 Uji Multikolinearitas (Asumsi Analisis Regresi).....	67
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.4 Uji Hipotesis.....	69
4.2.5 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	71
4.3 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Praktis.....	81

5.2.2 Saran Teoritis.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Instagram Folkative.....	3
Gambar 2. Tampilan Jumlah Followers Folkative.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2: Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 3: Operasional Variabel.....	35
Tabel 4: Skor Skala Likert.....	38
Tabel 5: Rentang pada Nilai KMO.....	42
Tabel 6: Nilai KMO dan Bartlett's Test.....	42
Table 7: Nilai Anti-Image Correlation Measures of Sampling Adequacy (MSA).....	43
Table 8: Nilai Komunitas.....	43
Table 9: Pengelompokan Faktor Component Transformation Matrix.....	44
Tabel 10: Tingkat Reliabilitas pada Nilai Alpha Cronbach.....	46
Tabel 11: Uji Reliabilitas Variabel X1 (Pengalaman Berbagi Informasi).....	46
Tabel 12: Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kepercayaan).....	47
Tabel 13: Uji Reliabilitas Variabel X3 (Manfaat yang Diperoleh).....	47
Tabel 14: Uji Reliabilitas Variabel Y (Perilaku Berbagi Informasi).....	47
Tabel 15: Waktu Penelitian.....	50
Table 16: Jenis Kelamin Responden.....	52
Table 17: Usia Responden.....	53
Table 18: Status Pekerjaan.....	54
Table 19: Frekuensi Waktu Mengikuti Akun Instagram @folkative.....	54
Table 20: Pernyataan X1, 1.....	56
Table 21: Pernyataan X1, 2.....	56
Table 22: Pernyataan X1, 3.....	57
Table 23: Pernyataan X2, 1.....	58
Table 24: Pernyataan X2, 2.....	58
Table 25: Pernyataan X2, 3.....	59
Table 26: Pernyataan X2, 4.....	60
Table 27: Pernyataan X3, 1.....	60
Table 28: Pernyataan X3, 2.....	61

Table 29: Pernyataan X3, 3.....	62
Table 30: Pernyataan X3, 4.....	63
Table 31: Pernyataan Y, 1.....	63
Table 32: Pernyataan Y, 2.....	64
Table 33: Pernyataan Y, 3.....	65
Table 34: Pernyataan Y, 4.....	65
Tabel 35: Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 36: Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 37: Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 38: Hasil Uji Hipotesis.....	70
Table 39: Hasil Uji Regresi ANOVA.....	71
Table 40: Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda.....	72
Table 41: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Google Form.....	86
Lampiran 3. Data Hasil Pernyataan Kuesioner.....	92
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis.....	96
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	110
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	114