



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @THEAMBOJA_ TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI KE THE AMBOJA**

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

Nama : Siti Nur Sofwatunada

NIM : 2110411038



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

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @THEAMBOJA_ TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE THE AMBOJA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta



Oleh:

SITI NUR SOFWATUNADA

NIM: 2110411038

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Siti Nur Sofwatunada

NIM : 2110411038

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, 17 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Siti Nur Sofwatunada)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Siti Nur Sofwatunada
NIM : 2110411038
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 INSTAGRAM @THEAMBOJA_ TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE THE AMBOJA)

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 : 22 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Siti Nur Sofwatunada)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Siti Nur Sofwatunada
NIM : 2110411038
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Konten Instagram @theamboja_ Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke The Amboja

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



(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.M., M.Si)

Penguji 2



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Selasa, 8 Juli 2025

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @THEAMBOJA_ TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE THE AMBOJA

SITI NUR SOFWATUNADA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh konten instagram @theamboja_ terhadap minat berkunjung kembali ke the amboja. Teori yang digunakan adalah Agenda Setting dari McCombs dan Shaw, yang menjelaskan bagaimana media dapat membentuk fokus perhatian publik melalui penekanan pada elemen visual dan naratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 99 responden yang mengikuti akun Instagram @theamboja_. Sampel dipilih secara purposif berdasarkan kriteria tertentu, dan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana melalui bantuan software SPSS. Temuan dari analisis menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh akun Instagram @theamboja_ memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ketertarikan pengikut untuk kembali berkunjung, dengan kontribusi sebesar 48,8%. Dari seluruh dimensi konten yang dianalisis, dimensi bernilai menempati posisi tertinggi, mencerminkan bahwa audiens menganggap konten yang disajikan bermanfaat secara informatif maupun inspiratif. Sementara itu, pada aspek minat berkunjung kembali, dimensi revisiting intention menjadi yang paling dominan, ditunjukkan melalui adanya keinginan nyata untuk kembali datang setelah melihat konten yang diunggah. Temuan ini mengimplikasikan bahwa semakin relevan dan bernilai suatu konten, maka semakin tinggi pula kemungkinan pengikut akun untuk melakukan kunjungan kembali ke The Amboja.

Kata Kunci : Instagram, Konten Instagram, Minat Berkunjung Kembali, *Agenda Setting*, Media Sosial, Pemasaran Digital

**THE INFLUENCE OF INSTAGRAM CONTENT @THEAMBOJA_ ON THE
REPURCHASE INTENTION TO VISIT THE AMBOJA**

SITI NUR SOFWATUNADA

ABSTRACT

This study aims to assess the extent to which the content shared on the Instagram account @theamboja_ influences the intention of followers to revisit The Amboja. The research is grounded in the Agenda Setting theory by McCombs and Shaw, which explains how media can shape public focus through emphasis on visual and narrative elements. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 99 respondents who follow the @theamboja_ Instagram account. Participants were selected through purposive sampling based on specific criteria, and the collected data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results revealed that the Instagram content from @theamboja_ has a positive and significant impact on followers' revisit intentions, contributing 48.8%. Among all the content dimensions examined, the "valuable" dimension ranked the highest, indicating that the audience perceives the content as both informative and inspiring. In terms of revisit intention, the "revisiting intention" dimension was the most dominant, demonstrated by a clear willingness to return after engaging with the uploaded content. These findings imply that the more relevant and valuable the content is perceived to be, the higher the likelihood that followers will revisit The Amboja.

Keywords: *Instagram, Instagram Content, Revisit Intention, Agenda Setting, Social Media, Digital Marketing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Wati Siti Rahayu dan Ayah Munir Sopyan, atas cinta, doa, dukungan, dan ketulusan yang tidak pernah putus dalam setiap langkah kehidupan penulis. Restu dan semangat dari Ibu dan Ayah menjadi sumber kekuatan utama dalam menyelesaikan pendidikan ini.
2. Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, serta waktu dalam mendampingi penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Siti Maryam, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan selama masa studi.
4. Uljanatunnisa, S.Sos., MA. selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. PT. SAN Group, atas kesempatan, dukungan, dan izin penelitian yang diberikan, khususnya terkait The Amboja.
6. Kakak-kakak tercinta, Kak Ziah dan Kak Rani, atas perhatian, pengertian, dan dukungan yang selalu diberikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Qiana dan Untsa, keponakan tersayang, yang selalu membawa keceriaan dan semangat selama proses penulisan skripsi.
7. Faizal Qorni Alfath R, S.I.Kom., terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Atas segala kontribusi, motivasi, semangat, dan kesediaan untuk selalu mendengarkan keluh kesah

8. Diri saya sendiri, Siti Nur Sofwatunada, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, meskipun sering kali dihadapkan pada keraguan dan tantangan. Terima kasih telah terus berusaha dan menghargai setiap proses yang telah dilalui.
9. Rekan-rekan magang di BTPN Syariah, khususnya Stefy, Anis, Putri, Aci, dan Briana, atas kebersamaan dan kenangan berharga yang turut memberi warna dalam perjalanan ini.
10. Seluruh tim SAN Group & The Amboja, atas sambutan hangat serta bantuannya selama proses penelitian dan *part-time*
11. Rifa dan Mia, terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya selama masa-masa akhir perkuliahan. Kehadiran kalian sebagai teman seperjuangan menjadi penyemangat tersendiri dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga kita semua terus berkembang dan meraih kesuksesan di masa yang akan datang.

Jakarta, 4 Juni 2025



Siti Nur Sofwatunada

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Akademik.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	18
2.2.1 Teori Agenda Setting.....	18
2.2.2 Media Sosial Instagram	19
2.2.3 Minat Berkunjung Kembali	21
2.3 Alur Penelitian	26
2.4 Perumusan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28

3.2	Jenis Penelitian	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel	29
3.4	Sumber Data	31
3.4.1	Data primer	31
3.4.2	Data sekunder	32
3.5	Definisi Operasional Variabel	33
3.6	Teknis Analisis Data	35
3.6.2	Uji Validitas	36
3.7	Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Karakteristik Responden	49
4.2.2	Analisis pernyataan variabel X	50
4.2.3	Analisis pernyataan variabel Y	63
4.3	Analisis/Diskusi.....	72
4.3.1	Analisis Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.2	Analisis Uji Korelasi.....	74
4.3.3	Analisis Uji Regresi Linear Sederhana.....	75
4.3.4	Analisis Uji Koefisien Determinasi	76
4.3.4	Uji Hipotesis (Uji T)	77
	78	
4.4	Pembahasan Penelitian	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	SIMPULAN.....	83
5.2	SARAN	83
5.2.1	Saran Praktis	83
5.2.2	Saran Akademis.....	84
DAFTAR PUSTAKA		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		1
LAMPIRAN.....		3

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Data Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel X.....	33
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Y	34
Tabel 3. 4 Bobot Penilaian Jawaban Responden Berdasarkan Skala Likert.....	36
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X	38
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	39
Tabel 3. 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's	40
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	40
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	41
Tabel 3. 10 Tingkat Interpretasi Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 3. 11 Jadwal Penelitian	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	49
Tabel 4. 2 Indeks Jawaban Responden	52
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Konten Instagram @theamboja	52
Tabel 4. 4 Pernyataan X.1 - X.3 Dimensi Relevansi	54
Tabel 4. 5 Pernyataan X.4 - X.6 Dimensi Akurasi	55
Tabel 4. 6 Pernyataan X.7 - X.9 Dimensi Bernilai	57
Tabel 4. 7 Pernyataan X.10 - X.12 Dimensi Mudah Dipahami	58
Tabel 4. 8 Pernyataan X.13 - X.15 Dimensi Mudah Ditemukan	60
Tabel 4. 9 Pernyataan X.16 - X.18 Dimensi Konsistensi	61
Tabel 4. 10 Indeks Jawaban Responden	64
Tabel 4. 11 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali	65
Tabel 4. 12 Tabel Pernyataan Y.1 - Y.3.....	66
Tabel 4. 13 Tabel Pernyataan Y.4 - Y.6.....	68
Tabel 4. 14 Tabel Pernyataan Y.7 - Y.9.....	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji Korelasi	74
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis (T).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1. 2 The Amboja.....	5
Gambar 1. 3 By The Sea PIK.....	5
Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung The Amboja	6
Gambar 1. 5 Data Insight Instagram @theamboja_	7
Gambar 2. 1 Alur Penelitian	26
Gambar 4. 1 Konten pertama yang diunggah oleh akun @theamboja_	47
Gambar 4. 2 Unggahan terakhir dalam periode pengamatan	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	3
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner 99 Responden.....	7
Lampiran 3. Hasil Anaisis Uji.....	9
Lampiran 4. Bukti Chat Penyebaran Kuesioner ke Followers @theamboja_.....	14