



**PENGARUH PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM
@WARDAHBEAUTY TERHADAP KEPUASAN INFORMASI
FOLLOWERS MENGENAI WARDAH KOSMETIK
(Survei pada *Followers* Instagram @WardahBeauty)**

SKRIPSI

DEBIE HIDAYATY

1210411083

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**



**PENGARUH PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM
@WARDAHBEAUTY TERHADAP KEPUASAN INFORMASI
FOLLOWERS MENGENAI WARDAH KOSMETIK
(Survei pada *Followers* Instagram @WardahBeauty)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

DEBIE HIDAYATY

1210411083

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Debie Hidayaty

NRP : 1210411083

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tanggal : 01 Maret 2016

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

Jakarta, 01 Maret 2016

Yang Menyatakan,



(Debie Hidayaty)

1210.411.083

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Debie Hidayaty
NRP : 1210411083
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*

Demi pembangunan 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 Penggunaan Akun Instagram @WardahBeauty terhadap Kepuasan Informasi Followers Mengenai Wardah Kosmetik (Survey pada Followers Akun Instagram @WardahBeauty)

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 : 01 Maret 2016

Yang Menyatakan,



Debie Hidayaty

1210411083

PENGESAHAN

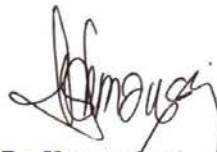
Skripsi diajukan oleh :

Nama : Debie Hidayaty
NRP : 1210411083
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @WardahBeauty terhadap Kepuasan Informasi *Followers* Mengenai Wardah Kosmetik (Survey pada *followers* akun Instagram @WardahBeauty)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan Pembimbing serta telah diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



Dr. Sumardi Dahlan
Ketua Penguji



Dr. Kusumajanti
Penguji I



Dr. Fredy B. L. Tobing
Dekan



Dr. Ilona Vicenovie O.S
Penguji II (Pembimbing)



Dra. Siti Maryam, M.Si
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 01 Maret 2016

**PENGARUH PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @WARDAHBEAUTY
TERHADAP KEPUASAN INFORMASI FOLLOWERS MENGENAI
WARDAH KOSMETIK
(Survei pada *Followers* Instagram @WardahBeauty)**

Debie Hidayaty

Abstrak

Kemajuan *smartphone* membuat antusias masyarakat cukup tinggi terhadap *Instagram*. Melihat fenomena tersebut, Wardah *Cosmetics* menjadi salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial *Instagram* untuk memberikan berbagai informasi. Akun *Instagram* Wardah *Cosmetics*, @WardahBeauty yang bergabung sejak Mei 2012. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Akun *Instagram* @WardahBeauty terhadap Kepuasan Informasi *Followers* mengenai Wardah Kosmetik. Teori yang digunakan, teori *Uses And Gratifications*. Kajian Teoritis komunikasi, komunikasi massa, *public relations*, media baru, media sosial, *instagram*, penggunaan media dan kepuasan informasi. Jenis penelitian, metode survei eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian *followers* akun *Instagram* @WardahBeauty sebanyak 235.000. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil uji korelasi, nilai r sebesar 0,633 terdapat hubungan yang kuat. Uji regresi menunjukkan bahwa nilai positif sebesar 15,304, jika mengalami kenaikan 1 poin maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,252. Kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya semakin besar pengaruh penggunaan akun *Instagram* akan semakin tinggi tingkat kepuasan informasi *followers*, hal ini berdasarkan perolehan t_{hitung} sebesar 8,101 > dari t_{tabel} sebesar 0,915. Saran pada penelitian ini pihak Wardah dapat mempertahankan dengan menggunakan akun *Instagram* @WardahBeauty untuk memberikan kepuasan informasi para *followers*.

Kata Kunci : Penggunaan *Instagram*, Kepuasan Informasi

**THE INFLUENCE OF THE USE AN INSTAGRAM ACCOUNT
@WARDAHBEAUTY TO THE INFORMATION SATISFACTION
FOLLOWERS ABOUT WARDAH COSMETICS
(Survey to The Followers Instagram @WardahBeauty)**

Debie Hidayaty

Abstract

The advancement of smartphones has creates the public high enthusiasm regarding Instagram. Looking through this phenomenon, Wardah Cosmetic has become one of the company that uses Instagram to share an information. Wardah Cosmetics Instagram account, @WardahBeauty has joined since May 2012. The research purposes, to find out the impact of @WardahBeauty usage to the information satisfaction of the followers. The theory is Uses and Gratification. Theoretical study, communication, mass communication, public relations, new media, social media, Instagram, the uses of media, and information satisfaction. This research an explanative survey method with quantitative approach. The population, followers of @WardahBeauty Account which is 235.000. Sampling technique, an accidental sampling with 100 respondents. The correlation, r value were 0.633, there is a strong correlation. The regression, that positive value were 15,304, and if encounter an increase by 1 point, will increase as much as 0.252. Conclusion, Ho were rejected, Ha were accepted, the greater the influence of Instagram usage will result in the higher of followers information satisfaction, Conclusion were reach based on the procurement of Tcount 8,101 bigger than Ttable 0,915. An advice, Wardah has to maintain their good work by using @WardahBeauty Instagram account to give information satisfaction to their followers.

Key Words : Instagram Use, Information Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @WardahBeauty terhadap Kepuasan Informasi *Followers* mengenai Wardah Kosmetik (Survey pada *Followers* Akun Instagram @WardahBeauty)”. Skripsi ini dibuat penulis untuk memenuhi salah satu syarat mata kuliah agar penulis dapat lulus dan mendapatkan gelar Strata 1 Komunikasi Progam Studi *Public Relations* Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Terselesainya Skripsi ini tentu tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada, Dr. Fredy B. L.Tobing selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Dr. Ilona VOS M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingannya yang sangat bermanfaat kepada penulis selama penulis mengerjakan Skripsi ini, kedua orang tua penulis Bapak Shobaron Nurosyid dan Ibu Benita Haryanti atas dukungan serta doa yang tiada henti untuk penulis, kepada teman seperjuangan FISIP’12 UPN “Veteran” Jakarta Zara Alisandra, Farah Cader, Maria Winda, Mylanita, Endah, Lintang, Ajie, Asyil, Dije yang selalu memberikan bantuan yang sangat berarti, dan kepada teman spesial Prastheo A Sam atas pemberian semangat yang begitu besar terhadap penulis.

Semua pihak tidak dapat saya sebutkan satu persatu, semoga kebaikan mereka dibalas oleh Allah SWT. Saya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, saran dan kritik sangat dibutuhkan penulis agar Skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan

Jakarta, 01 Maret 2016

Debie Hidayaty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
II.1 Komunikasi	8
II.2 Komunikasi Massa	9
II.3 <i>Public Relations</i>	10
II.4 Media Baru	11
II.5 Media Sosial	12
II.6 Instagram	13
II.7 Penggunaan Akun Instagram	15
II.8 Kepuasan Informasi	17
II.9 <i>Teori Uses and Gratifications</i>	19
II.10 Hipotesis Penelitian	21
II.11 Kerangka Berpikir	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
III.1 Desain Penelitian	23
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel	24
III.3 Teknik Penentuan Sampel	24
III.4 Teknik Pengumpulan Data	25
III.5 Operasionalisasi Variabel	25
III.6 Teknik Analisis Data	26
III.7 Uji Validitas	31
III.8 Uji Reliabilitas	35
III.9 Uji Korelasi	37

III.10 Waktu dan Tempat Penelitian	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
IV.1 Profil Perusahaan	39
IV.2 Analisis Penelitian	43
IV.3 Analisis Inferensial	61
IV.4 Uji Korelasi	62
IV.5 Uji Determinasi	62
IV.6 Uji Regresi	63
IV.7 Uji Hipotesis	64
IV.8 Pembahasan Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1 Kesimpulan	68
V.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 2	Skala Likert	32
Tabel 3	Interprestasi Korelasi	32
Tabel 4	Uji Validitas Variabel X	33
Tabel 5	Uji Validitas Variabel Y	34
Tabel 6	Nilai Alpha Cronbach	36
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel X	36
Tabel 8	Uji Reliabilitas Variabel Y	36
Tabel 9	Jenis Kelamin	43
Tabel 10	Usia	44
Tabel 11	Pendidikan	44
Tabel 12	Pekerjaan	44
Tabel 13	Pernyataan 1 Variabel X	45
Tabel 14	Pernyataan 2 Variabel X	46
Tabel 15	Pernyataan 3 Variabel X	47
Tabel 16	Pernyataan 4 Variabel X	47
Tabel 17	Pernyataan 5 Variabel X	48
Tabel 18	Pernyataan 6 Variabel X	49
Tabel 19	Pernyataan 7 Variabel X	50
Tabel 20	Pernyataan 8 Variabel X	51
Tabel 21	Pernyataan 9 Variabel Y	52
Tabel 22	Pernyataan 10 Variabel Y	53
Tabel 23	Pernyataan 11 Variabel Y	53
Tabel 24	Pernyataan 12 Variabel Y	54
Tabel 25	Pernyataan 13 Variabel Y	55
Tabel 26	Pernyataan 14 Variabel Y	55
Tabel 27	Pernyataan 15 Variabel Y	56
Tabel 28	Pernyataan 16 Variabel Y	57
Tabel 29	Pernyataan 17 Variabel Y	58
Tabel 30	Pernyataan 18 Variabel Y	58
Tabel 31	Pernyataan 19 Variabel Y	59
Tabel 32	Pernyataan 20 Variabel Y	60
Tabel 33	Uji Korelasi	61
Tabel 34	Uji Determinasi	62
Tabel 35	Uji Regresi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Presentase Pengguna Instagram	3
Gambar 2	Official Account Sariayu dan Wardah	4
Gambar 3	Logo Wardah Kosmetik	39
Gambar 4	Akun Instagram @WardahBeauty	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Draft Kuesioner
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner