

**PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @DOSPICES TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN FOLLOWERS**

Tugas Akhir



Rahool Beckir Bahari

1221913006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rahool Beckir Bahari

NIM : 1221913006

Tanda Tangan



Tanggal : 15 Maret 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rahool Beckir Bahari
NIM : 1221913006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Akun Instagram @dospices Terhadap Tingkat Kepuasan *Followers*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Hanny Nurahmawati, M.Ikom., Ph.D.

()


Pembimbing 2 : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS.

()

Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

()

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si., Ph.D.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2024

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Ratna Indira Nirwan Bakrie, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Bakrie;
- 2) Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU., ASEAN Eng, selaku Rektor Universitas Bakrie;
- 3) Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS);
- 4) Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
- 5) Ibu Hanny Nurahmawati, M.Ikom., Ph.D, selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 6) Ibu Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing saya dalam penelitian kuantitatif ini;
- 7) Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si, selaku dosen penguji 1;
- 8) Eli Jamilah Mihardja, M.Si., Ph.D, selaku dosen penguji 2;
- 9) Ayahanda Kolonel Sus Dr. Samsul Bahari, M.Bus dan Ibunda Yussi Rusmala Wirdha, S.Pd, selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa memotivasi dan mendukung penulis dalam bentuk material dan serta dukungan moral;
- 10) Inka Nissa Bahari, A.Md.Pjk, selaku adik penulis yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, dan;
- 11) Shania Maharani Arisanti Kadata, S.Psi, selaku pasangan penulis yang telah banyak membantu dan memberi semangat penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenaan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 17 Januari 2024

Rahool Beckir Bahari

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahool Beckir Bahari
NIM : 1221913006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Konten Akun Instagram @Dospices Terhadap Tingkat Kepuasan Followers

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Januari 2024

Yang menyatakan



Rahool Beckir Bahari

ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan media digital sangat berkembang dengan pesat termasuk perkembangan media sosial yang salah satunya adalah Instagram. Instagram telah menjadi aplikasi yang sangat populer, hal tersebut ditandai dengan adanya peningkatan penggunaannya secara aktif pada media sosial tersebut di setiap tahunnya. Sehingga membuka peluang baru pada sektor bisnis seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @dospices. Hingga saat ini akun Instagram @dospices memiliki 12.700 followers. Akun @dospices merupakan akun bisnis online yang bergerak di bidang produk kesehatan khususnya untuk membantu program penurunan berat badan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh konten instagram @dospices terhadap kepuasan *followers*. Kemudian penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dimana pengguna media sosial secara aktif mencari media yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya dan mendapatkan kepuasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui google form secara online. Populasi penelitian ini adalah anggota 3G Club Halim Perdana Kusuma, Menggunakan produk Dospices, dan pernah merekomendasikan produk Dospices. Sampel pada penelitian ini didapatkan 388 responden. Teknik pengujian data pada penelitian ini menggunakan software SPSS. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh konten instagram @dospices terhadap kepuasan followers. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 79.7%, dan sisanya 20.3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Instagram, Kepuasan, Konten, *Uses and Gratification*

ABSTRACT

Currently, the development of digital media is growing rapidly, including the development of social media, one of which is Instagram. Instagram has become a very popular application, this is indicated by the increase in active users on this social media every year. So that it opens up new opportunities in the business sector, as is done by the Instagram account @dospices. To date, the Instagram account @dospices has 12,700 followers. The @dospices account is an online business account that operates in the health products sector, especially to help with weight loss programs. This research was conducted to determine and analyze the influence of @dospices Instagram content on follower satisfaction. Then this research uses the Uses and Gratification theory where social media users actively search for the right media to fulfill their needs and get satisfaction. This research uses a quantitative approach by distributing questionnaires via Google Form online. The population of this study were members of the 3G Club Halim Perdana Kusuma, used Dospices products, and had recommended Dospices products. The sample in this study was 388 respondents. The data testing technique in this research uses SPSS software. The results of hypothesis testing in this research explain that there is an influence of @dospices Instagram content on follower satisfaction. The results of the coefficient of determination test show that the independent variable (X) to the dependent variable (Y) is 79.7%, and the remaining 20.3% is influenced by other variables.

Keywords: Instagram, Satisfaction, Content, Uses and Gratification

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMAKASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	9
2.1 Teori Yang Relevan	9
2.1.1 Konten Instagram	9
2.1.2 Instagram	10
2.1.3 Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi	12
2.1.4 New Media	13
2.1.5 Teori Uses & Gratification	14
2.1.6 Teori Komunikasi Pemasaran	16
2.1.7 Teori Digital Marketing.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Model Kerangka Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain dan Pendekatan	20
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	20

3.3	Populasi dan Sampling	22
3.3.1	Populasi	22
3.3.2	Sampel	22
3.4	Pengumpulan Data dan Pengukuran	24
3.4.1	Uji Kualitas Data.....	25
3.4.1.1	Uji Validitas	25
3.4.1.2	Uji Reliabilitas	25
3.4.1.3	Uji Regresi Linear Sederhana.....	25
3.4.1.4	Uji Kelayakan Model	26
3.4.1.5	Uji R² atau Koefisien Determinasi	26
3.4.1.6	Uji Statistik T	26
3.5	Analisis Data	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1	Hasil Penelitian.....	28
4.1.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	28
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikuti akun Instagram @dospices	29
4.1.1.3	Karakteristik Rersponden Berdasarkan Keanggotaan di 3G Fitness Club Halim Perdana Kusuma.....	29
4.1.1.4	Karakteristik Rersponden Berdasarkan Pernah Merekomendasikan Produk @dospices	30
4.1.1.5	Statistik Deskriptif Variabel Konten Instagram @/dospices..	31
4.1.1.6	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Followers @dospices.	33
4.1.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	36
4.1.2.1	Uji Validitas	36
4.1.2.2	Uji Reliabilitas	37
4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	38
4.1.3.1	Uji Normalitas	38
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas.....	39
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	42
4.1.4.1	Uji T	42
4.1.4.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	43

4.1.4.3 Uji Linearitas	44
4.1.4.4 Uji F	44
4.1.4.5 Uji Koefisien Determinasi	45
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	46
4.2.1 Konten Instagram terhadap Kepuasan Followers	46
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Keterbatasan Penelitian	51
5.3 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Media Sosial Secara Global	5
Gambar 1. 2 Akun Instagram @dospices	6
Gambar 4. 1 P-Plot Uji Normalitas	39
Gambar 4. 2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikut Akun.....	29
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan 3G Fitness Club	29
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan 3G Fitness Club	30
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden terhadap Variabel X	31
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden terhadap Variabel Y	33
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel X	36
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Y	36
Tabel 4. 9 Reliabilitas Variabel Konten Instagram @/dospices	38
Tabel 4. 10 Reliabilitas Variabel Variabel Kepuasan Followers @/dospices.....	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	42
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linear Sederhana	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian 58