

**PENGARUH KEBERADAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @KOMPASTV TERHADAP MINAT GENERASI
Z DALAM MENONTON TAYANGAN BERITA KOMPAS TV
(Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik
di Universitas Bakrie 2024)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



ANDRE FAHREZA MAULANA

1201003192

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISNILITAS

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

Nama : Andre Fahreza Maulana

NIM : 1201003192

Tanda Tangan



Tanggal : 1 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Andre Fahreza Maulana

Nim : 1201003192

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Keberadaan Informasi di Media Sosial Instagram @kompastv Terhadap Minat Generasi Z dalam Menonton Tayangan Berita Kompas TV (Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik di Universitas Bakrie 2024).


Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.



Penguji 1 : Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si



Penguji 2 : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 27 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karna telah memberikan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan laporan skripsi dengan judul “Pengaruh Keberadaan Informasi di Media Sosial Instagram @kompastv Terhadap Minat Generasi Z dalam Menonton Tayangan Berita Kompas TV (Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik di Universitas Bakrie 2024)” dengan sebaikbaiknya. Selama berkuliah di Universitas Bakrie penulis banyak sekali mendapatkan pengalaman maupun pelajaran terkait teori komunikasi, terutama pada bidang Multimedia Komunikasi, yang dimana hal itu nantinya akan sangat bermanfaat bagi penulis untuk menghadapi dunia kerja. Penulisan laporan skripsi 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. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya skripsi dan penyusunan laporan skripsi ini hingga selesai, di antaranya adalah:

1. Tuhan Yang Maha Esa

Atas karunia yang diberikan oleh nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan sebaik baiknya, dan berkat rahmat yang diberikan, penulis mendapatkan pembimbing yang baik untuk membantu penulisan laporan skripsi ini.

2. Orang Tua dan Keluarga Terdekat

Terima Kasih kepada keluarga penulis yaitu Mama, Babe, Kepin, dan Raihan yang selalu mendukung sekaligus perhatian terhadap hal yang ingin penulis lakukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi demi memenuhi kebutuhan tugas akhir dengan tepat waktu.

3. Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.

Terima Kasih kepada Ibu Wahyuni Pudjiastuti selaku pembimbing penulis dalam melakukan penulisan skripsi yang telah membimbing penulis dalam proses pengerjaan dan penyelesaian laporan skripsi dengan baik dan benar.

4. Dinda Larasati, S.Tr.AB

Terima kasih kepada Dinda Larasati selaku pacar penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk mendukung penulis dalam penulisan penelitian ini. Selain itu, terima kasih sudah mau berjuang bersama dalam penelitian skripsi saya maupun anda, dari bimbingan awal, seminar proposal, hingga tugas akhir. Terima kasih telah memotivasi dan memberi semangat penuh kepada penulis dalam kelancaran tugas akhir ini.

5. Teman – Teman Terdekat Penulis

Terima Kasih kepada Fachryan, Surya Andrie, Sisi, Dyandra, Radit, Orpa, Arfiah, Tiara, Efan dan teman lainnya yang telah bersedia menjadi pendengar yang baik, membantu, dan selalu menemani penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima Kasih telah membantu dan menyemangati penulis hingga saat ini.

Yang menyatakan,



Andre Fahreza Maulana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andre Fahreza Maulana
NIM : 1201003192
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 Noneksekutif (non-exclusive royalty-fee rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KEBERADAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@KOMPASTV TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM MENONTON
TAYANGAN BERITA KOMPAS TV
(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF PEMINATAN JURNALISTIK DI
UNIVERSITAS BAKRIE 2024)

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 : 1 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Andre Fahreza Maulana

**PENGARUH KEBERADAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @KOMPASTV TERHADAP MINAT GENERASI
Z DALAM MENONTON TAYANGAN BERITA KOMPAS TV
(Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik
di Universitas Bakrie 2024)**

Andre Fahreza Maulana

ABSTRAK

Pada tahun 2024, dunia berada pada era digital yang dipicu oleh perkembangan internet, memungkinkan komunikasi dan akses informasi melalui *platform* media sosial seperti Instagram. Instagram merupakan media sosial yang cukup populer di Indonesia, hal ini ditandai dengan Instagram yang telah menempati posisi kedua di Indonesia. Sehingga membuka peluang baru pada industri media seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @kompastv. Hingga Juli 2024 akun Instagram @kompastv memiliki 2,1 juta pengikut yang sangat aktif dalam menyebarkan informasi setiap harinya dengan *range* 40-50 konten informasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberadaan informasi di media sosial Instagram @kompastv terhadap minat generasi z dalam menonton tayangan berita Kompas TV (Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik di Universitas Bakrie tahun 2024). Selanjutnya penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* dimana seseorang menikmati isi yang disampaikan oleh media secara aktif memilih dan menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan *link* kuesioner melalui google forms kepada seluruh responden. Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa aktif Jurnalistik di Universitas Bakrie tahun 2024 sebanyak 107. Sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 84 responden. Pengujian data menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh keberadaan informasi di media sosial Instagram @kompastv terhadap minat generasi z dalam menonton tayangan berita Kompas TV. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung sebesar (-9,231) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menandakan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap minat menonton. Nilai koefisien variabel media sosial pada analisis regresi sebesar (-0,699) dengan arah negatif, menandakan bahwa arah hubungan variabel media sosial terhadap minat menonton adalah negatif atau bertolak belakang. Sehingga uji analisis statistik pada penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menonton.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Minat Menonton, *Uses and Gratification*.

**PENGARUH KEBERADAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @KOMPASTV TERHADAP MINAT GENERASI
Z DALAM MENONTON TAYANGAN BERITA KOMPAS TV
(Studi Pada Mahasiswa Aktif Peminatan Jurnalistik
di Universitas Bakrie 2024)**

Andre Fahreza Maulana

ABSTRACT

In 2024, the world is in a digital era triggered by the development of the internet, allowing communication and access to information through social media platforms such as Instagram. Instagram is a social media that is quite popular in Indonesia, this is indicated by Instagram which has occupied the second position in Indonesia. So that it opens up new opportunities in the media industry as carried out by the @kompastv Instagram account. Until July 2024, the @kompastv Instagram account has 2.1 million followers who are very active in disseminating information every day with a range of 40-50 information content. This study was conducted to determine the effect of the existence of information on social media Instagram @kompastv on generation z's interest in watching Kompas TV news shows (Study on Active Students of Journalism Specialization at Bakrie University in 2024). Furthermore, this study uses the uses and gratification theory where a person enjoys the content delivered by the media by actively choosing and using media that suits his needs. This research uses a quantitative approach by distributing questionnaire links via google forms to all respondents. The population in this study were 107 active Journalism students at Bakrie University in 2024. The sample obtained in this study were 84 respondents. The results of hypothesis testing in this study explain that there is an influence of the existence of information on Instagram @kompastv social media on generation z's interest in watching Kompas TV news shows. The results showed a calculated t value of (-9,231) and a significance value of $0.000 < 0.05$ indicating that social media variables affect viewing interest. The coefficient value of the social media variable in the regression analysis is (-0.699) with a negative direction, indicating that the direction of the relationship between social media variables and viewing interest is negative or opposite. So, the statistical analysis test in this study concluded that social media has a negative and significant effect on viewing interest.

Keywords: Social Media, Instagram, Interest in Watching, Uses and Gratification.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISNILITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
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 Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
2.1 Teori Yang Relevan	10
2.1.1 Media Sosial	10
2.1.2 Instagram	12
2.1.3 Uses and Gratification	12
2.1.4 Terpaan Media	14
2.1.5 Minat Menonton	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	22
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Desain Pendekatan	24
3.2 Populasi dan Sampling	24

3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampling	25
3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran	26
3.3.1	Data Primer	26
3.3.2	Data Sekunder	26
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.4	Teknik Pengukuran Data	27
3.4	Analisis Data.....	28
3.4.1	Penggunaan Aplikasi SPSS	28
3.4.2	Statistik Deskriptif	28
3.4.3	Uji Regresi Linear Sederhana	28
3.5	Validasi Data.....	29
3.5.1	Uji Validitas	29
3.5.2	Uji Reliabilitas	30
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	30
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	34
4.2	Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Karakteristik Responden	36
4.2.2	Distribusi Frekuensi.....	39
4.2.3	Analisis Deskriptif.....	40
4.3	Uji Instrumen Penelitian	41
4.3.1	Uji Validitas	41
4.3.2	Uji Reliabilitas	43
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1	Uji Normalitas	43
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	44
4.4.3	Uji Linearitas.....	45
4.5	Uji Regresi Linear Sederhana.....	46
4.5.1	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	46
4.6	Pembahasan dan Diskusi.....	51
4.6.1	Pengaruh Keberadaan Informasi Di Media Sosial <i>Instagram</i> @Kompastv Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menonton Tayangan Berita Kompas Tv.....	51

BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	55
5.3 Saran	55
5.3.1 Saran Untuk Peneliti Berikutnya	55
5.3.2 Saran Untuk Komunikator	56
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia tahun 2024	1
Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial pada Januari tahun 2024.....	2
Gambar 1. 3 Pengguna Media Sosial di Indonesia Awal 2024	3
Gambar 1. 4 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024.....	4
Gambar 1. 5 Sumber Informasi Tahun 2021-2023 di Indonesia.....	5
Gambar 1. 6 Akun Instagram Kompas TV.....	6
Gambar 1. 7 Feeds Instagram akun @kompastv.....	7
Gambar 1. 8 Postingan akun @kompastv	7
Gambar 1. 9 Hasil riset awal 30 responden	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Logo Kompas TV.....	34
Gambar 4. 2 Instagram @kompastv	35
Gambar 4. 3 Jenis Kelamin Responden.....	37
Gambar 4. 4 Usia Responden.....	37
Gambar 4. 5 Angkatan Responden.....	38
Gambar 4. 6 Responden Pengikut Akun Instagram @kompastv.....	39
Gambar 4. 7 Uji Heteroskedastisitas	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban dan Bobot Nilai	27
Tabel 3. 2 Tingkat Reliabilitas	30
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Media Sosial.....	32
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Minat Menonton.....	33
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Media Sosial dan Minat Menonton.....	40
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif.....	40
Tabel 4. 3 Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 5 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4. 6 Uji Linearitas	46
Tabel 4. 7 Koefisien Analisis Regresi Linier Sederhana	46
Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi	48
Tabel 4. 9 Uji F	49
Tabel 4. 10 Uji T (Parsial).....	50