

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @pestapora TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ACARA PESTA PORA TAHUN 2024 (STUDI PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @pestapora)**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**
JUAN OLFIN

1221913024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @pestapora TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ACARA PESTA PORA TAHUN 2024 (STUDI PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @pestapora)**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

JUAN OLFIN

1221913024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

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	: Juan Olfín
NIM	: 1221913024
Tanda Tangan	: 
Tanggal	: 3 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan Oleh :

Nama : Juan Olfin
NIM : 1221913024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @Pestapora Terhadap Minat
Berkunjung Ke Acara Pesta Pora Tahun 2024 (Studi Pada
Followers Instagram @Pestapora)

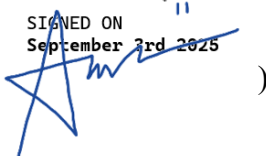
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

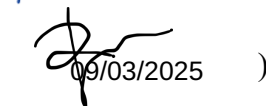
Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.

()

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

()
SIGNED ON
September 3rd 2025

Penguji 2 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)

()
09/03/2025

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, 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 Ilmu 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 Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 3) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Jakarta, 3 September 2025

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Juan Olfin

NIM : 1221913024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu 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 INSTAGRAM @PESTAPORA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ACARA PESTA PORA TAHUN 2024 (STUDI PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @PESTAPORA)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 3 September 2025

Yang menyatakan


(.....
Juan Olfin

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @PESTAPORA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ACARA PESTA PORA TAHUN 2024
(STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @PESTAPORA)**

Juan Olfín

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi dalam industri festival musik di Indonesia. Pesta Pora sebagai salah satu festival musik besar memanfaatkan akun Instagram @pestapora untuk membangun keterlibatan audiens melalui konten visual, informasi jadwal acara, dan aktivitas interaktif. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh konten Instagram terhadap minat berkunjung ke acara Pesta Pora 2024.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian berjumlah 200 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @pestapora. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring selama periode April–Mei 2024. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana melalui SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Nilai uji t sebesar 3,207 dengan signifikansi 0,002 ($<0,05$) menegaskan bahwa variabel konten Instagram memberikan kontribusi nyata terhadap minat audiens. Nilai R^2 sebesar 0,546 menunjukkan bahwa 54,6% variasi minat berkunjung dapat dijelaskan oleh konten Instagram, sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Studi ini memberikan implikasi praktis bagi penyelenggara acara, yaitu pentingnya pengelolaan konten Instagram yang strategis untuk meningkatkan keterlibatan, membentuk opini positif, dan mendorong niat audiens untuk hadir dalam acara.

Kata Kunci: Komunikasi digital, Konten Instagram, Minat berkunjung, Festival musik

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II STUDI PUSTAKA	3
2.1 Landasan Teori	3
2.1.1 Komunikasi Digital	3
2.1.2 New Media	7
2.1.3 Media Sosial	9
2.1.4 Konten Instagram	11
2.1.4.1 <i>Engagement</i>	11
2.1.4.2 <i>Influence</i>	12
2.1.4.3 <i>Impact</i>	12
2.1.4.4 <i>Advocacy</i>	12
2.1.5 Minat Pembelian (Berkunjung)	13
2.1.5.1 Minat Transaksional	13
2.1.5.2 Minat Referensial	13
2.1.5.3 Minat Preferensial	14
2.1.5.4 Minat Eksploratif	14

2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Berpikir	20
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Populasi dan Sampel.....	22
3.1.1 Populasi.....	22
3.1.2 Sampel.....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data, Jenis dan Sumber Data.....	23
3.2.1 Data Primer.....	24
3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.2.3 Kuisisioner.....	26
3.2.4 Tabulasi Data Angket (Teknik Pengukuran)	26
3.3.5 Uji Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.3.5.1 Pengujian Validitas.....	27
3.3.5.2 Uji Reabilitas	28
3.4 Teknik Analisis Data	29
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.4.2. Uji Asumsi Klasik	31
3.4.2.1 Uji Normalitas	31
3.4.2.2 Uji Linearitas	31
3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.4.3 Uji Regresi Linear Sederhana	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	3
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	3
4.2 Karakteristik Responden.....	3
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35
4.3 Analisis Deskriptif.....	36
4.3.1 Variabel Konten Instagram	36
4.3.2 Variabel Minat Berkunjung	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	48
4.5.1 Uji Normalitas.....	48

4.5.2 Uji Linearitas	49
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	50
4.6 Uji Regresi Linear Sederhana.....	50
4.7 Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	3
5.1 Kesimpulan.....	3
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Pestapora.....	2
Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	20

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konten Instagram.....	24
Tabel 3.2 Tabel Operasional Minat Berkunjung	24
Tabel 3.3 Tabel Skor Tabulasi.....	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Instagram	27
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung.....	28
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Konten Instagram	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Minat Berkunjung	41
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	50
Tabel 4.9 Hasil Uji R Square.....	52