

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @THISGAZETTE
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENGIKUT
(Studi Regresi pada Pengikut Gen Z Akun Instagram @thisgazette)**

SKRIPSI

*diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi*



oleh

Auliya Nur Khaulah

NIM 2001238

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @THISGAZETTE
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENGIKUT
(Studi Regresi pada Pengikut Gen Z Akun Instagram @thisgazette)**

oleh
Auliya Nur Khaulah
NIM 2001238

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran

© Auliya Nur Khaulah
Universitas Pendidikan Indonesia
Februari 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @THISGAZETTE TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENGIKUT**

oleh
Auliya Nur Khaulah
NIM 2001238

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si., M.Kom., MCE.

NIP. 19711228 199802 1001

Pembimbing II



Mina Holilah, M.Pd.

NIP. 920190219890715201

Mengetahui

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Aflandi, M.Si.

NIP. 198507172014041001

ABSTRAK

Khaulah, Auliya. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut. (Studi Regresi pada Pengikut Gen Z Akun Instagram @thisgazette).

Masyarakat sudah disugahi dengan perkembangan pada media teknologi informasi, dengan keberadaan media baru, masyarakat dapat menerima dan membagikan berbagai macam informasi secara mudah dan cepat menggunakan jaringan internet. Popularitas media sosial semakin meningkat di kalangan masyarakat setiap tahunnya, salah satunya Instagram. Penggunaan media sosial Instagram terbanyak adalah remaja atau gen Z. Gen Z menggunakan media sosial lebih dari generasi lain untuk keperluan edukasi, interaksi, hiburan, dan pemanfaatan waktu luang. Akun Instagram @thisgazette merupakan akun informatif terkini yang memusatkan sasaran pada generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *context, communication, collaboration, connection*, dan media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications* (Blumer dan Katz, 1974). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengikut akun Instagram @thisgazette dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* sebanyak 128 responden. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh dari media sosial Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut secara parsial dan simultan. Dengan diperoleh nilai koefisien determinasi *adjusted R square* sebesar 66.5% terhadap variabel Y pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut. Sedangkan 33.5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Media Sosial Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Teori Uses and Gratifications.*

ABSTRACT

Khaulah, Auliya. (2024). The Influence of Instagram Social Media @thisgazette on the Fulfillment of Information Needs Among Followers. (Regression Study on Gen Z Followers of Instagram Account @thisgazette).

Society has been presented with developments in information technology media, with the existence of new media, people can receive and share various kinds of information easily and quickly using the internet network. The popularity of social media is increasing among the public every year, one of which is Instagram. The largest use of Instagram social media is teenagers or Gen Z. Gen Z uses social media more than other generations for education, interaction, entertainment, and use of free time. The Instagram account @thisgazette is the latest informative account that focuses on Generation Z. This study aims to determine whether there is an influence of context, communication, collaboration, connection, and Instagram social media @thisgazette on fulfilling the information needs of followers. The theory used in this study is the uses and gratifications theory (Blumer and Katz, 1974). This study uses a quantitative approach with a multiple regression survey method. The population in this study were followers of the Instagram account @thisgazette with a simple random sampling technique of 128 respondents. The results of the study showed that there was an influence of Instagram social media @thisgazette on fulfilling the information needs of followers partially and simultaneously. By obtaining the adjusted R square determination coefficient value of 66.5% against the Y variable of fulfilling information needs in followers. While the remaining 33.5% is influenced by other factors outside the variables studied in this study.

Keywords: *Instagram Social Media, Information Needs Fulfillment, Uses and Gratifications Theory.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Struktur Organisasi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Media Sosial.....	10
2.2 Instagram.....	12
2.3 Akun Instagram @thizgazette.....	14
2.4 Kebutuhan Informasi.....	15
2.5 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	17
2.6 Teori <i>Seeking Information Behaviour</i>	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	29
2.8 Hipotesis Penelitian.....	27
2.9 Paradigma Penelitian.....	28
2.10 Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31

3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Instrumen Penelitian.....	33
3.3.1 Kuesioner.....	33
3.3.2 Studi Kepustakaan.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Penelitian Lapangan	35
3.4.2 Kepustakaan.....	35
3.4.3 Riset Internet.....	35
3.5 Operasionalisasi Variabel	35
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Analisis Data Deskriptif	47
3.8 Uji Asumsi Klasik	47
3.8.1 Uji Normalitas.....	47
3.8.2 Uji Homogenitas	48
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	48
3.9 Uji Hipotesis	48
3.9.1 Uji Regresi Berganda	48
3.9.2 Uji F.....	49
3.9.3 Uji T	49
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi	49
3.10 Prosedur Penelitian.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	51
4.2 Profil Responden.....	51
4.2.1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	51
4.2.2 Profil Responden Menurut Usia.....	52
4.2.3 Profil Responden Menurut Pengikut Instagram @thisgazette.....	53
4.2.4 Profil Responden Menurut Lamanya Mengikuti Instagram @thisgazette	53

4.2.5 Profil Responden Menurut Konten Instagram @thisgazette yang Paling Disukai	54
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	55
4.3.1 Deskripsi Media Sosial Instagram @thisgazette.....	56
4.3.2 Analisis Deskripsi <i>Context</i> (X1)	58
4.3.3 Analisis Deskripsi <i>Communication</i> (X2).....	60
4.3.4 Analisis Deskripsi <i>Collaboration</i> (X3)	63
4.3.5 Analisis Deskripsi <i>Connection</i> (X4)	66
4.3.6 Deskripsi Pemenuhan Kebutuhan Informasi	68
4.4 Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1 Uji Normalitas.....	71
4.4.2 Uji Homogenitas	72
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.5 Uji Hipotesis	74
4.5.1 Uji Regresi Berganda.....	75
4.5.2 Uji F	77
4.5.3 Uji T	77
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	79
4.6 Pembahasan	80
4.6.1 Pengaruh <i>Context</i> Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut	82
4.6.2 Pengaruh <i>Communication</i> Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut	84
4.6.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut	86
4.6.4 Pengaruh <i>Connection</i> Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut	87
4.6.5 Pengaruh Media Sosial Instagram @thisgazette Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikut	89
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi	95
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	95
5.2.2 Implikasi Prakris.....	95

5.3 Rekomendasi.....	96
5.3.1 Bagi Pengguna Media Sosial Instagram	96
5.3.2 Bagi Akun Media Sosial Instagram @thisgazette	96
5.3.3 Bagi Akademisi	97
5.3.4 Bagi Universitas	97
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., Utari, P., & . S. (2023). Information Needs on TikTok: Between Followers and Viewers. *Journal of Social and Political Sciences*, 6(1), 61–68. <https://doi.org/10.31014/aior.1991.06.01.393>
- Avero, R. & Suyanto, A. (2021). The Influence Of Instagram Social Media @Jarambah_Bandung On The Filling Of Tourism Information Needs In Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.4 Agustus 2021*.
- Azwar, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi. Pustaka Belajar.
- Bahri, A. N., & Zueni, A. (2021). The Influence Of Instagram Account@ Republikaonline Toward The Fullfillment Of Information Needs For Muslim Millenial. *An Nadwah*, 27(2),2133. <http://dx.doi.org/10.37064/nadwah.v27i2.10981>
- Bajari, A. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika. Simbiosia Rekatama Media.
- Burhan, B. (2010). Metodologi Penelitian Kuantittatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Croteau, D. & Hoynes, W. (2019). Media/Society Technology, Industries, Content, and Users, Sixth Edition. SAGE Publications Ltd.
- Darmawan, D. (2006). Biologi komunikasi melalui implementasi teknologi informasi menuju akselerasi pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, 007-047.
- Darmawan, D. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, D., Supriadi, D. & Alinawati, M. (2018). Communication Policy Management of the Curriculum Implementation in Indonesia. *In Proceedings of the 1st International Conference on Educational Sciences (ICES 2017) Volume 2 (334-338)*.
- Darmawan, D. (2019). Communication strategy Model In Directorate Ict As For Digital University 2023. *GUNAHUMAS. Jurnal Kehumasan. Volume 2, Nomor 1, Edisi Agustus, Tahun 2019*.
- Darmawan, D. (2021). Applied Bio-Communication For Languange Competence. *International Journal of Scientific & Technology Research Volume 10, Issue 02, February 2021*.
- Djafar, D. & Putri, Y. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020*
- Faizal, D., Surahman, S. & Mardiana, S. (2021). Pengaruh Akun Instagram @Beritacilegon Terhadap Kebutuhan Informasi Pengikut (Followers). *Podcast: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1, Nomor 2, Agustus 2021*.

- Farih, A., Jauhari, A. & Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)* 4(1) 2019, 41-60.
- Ferris, A., Hollenbaugh, E. & Sommer, P. (2021). Applying the Uses and Gratifications Model to Examine Consequences of Social Media Addiction. *Social Media + Society* April-June 2021: 1–16.
- Griffin, E. (2012). *A First Look At Communication Theory*. McGraw-Hill.
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H. Hunichen, J. & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review* 2020, Vol. 63(1) 5–25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>
- Helen & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia: Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 355–362*. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Hoque, S., & Hossain, M. A. (2023). Social Media Stickiness in the Z Generation: A Study Based on the Uses and Gratifications Theory. *JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE THEORY AND PRACTICE*, 11(4), 92-108.
- Huang, Y. & Su, S. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet* 2018, 10, 77; <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- Kusnendi. (2017). Handout Statistika Penelitian Dan Analisis Data Dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal.
- Mahdi, M. (2022). Pengguna Media Sosial Capai 191 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>. diakses pada 11 Juni 2023.
- Muhammad, F. (2018). Instagram Effects as Social Media toward Adolescence and Young Adult Users: Uses and Gratification Approach. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 165*. <https://doi.org/10.2991/iccsr-18.2018.44>
- Nisa, A. & Sari, S. (2022). The Effect of the Intensity of Accessing Instagram @humas_indonesia on the Fulfillment of Public Relations Information Needs. *Proceedings 135 Public Relations, pp. xx-xx*. <https://doi.org/10.12928/sylection.v1i1.11451>
- Nurhaditio, M. D., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 57–62. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.567>.

- Odongo, R. & Mostert, J. (2006). Information seeking behaviour: *A conceptual framework*. *South African Journal of Libraries and Information Science* Vol. 72, No. 3. <https://hdl.handle.net/10520/EJC139832>.
- Pelletier, M., Krallman, A., Adams, F. & Hancock, T. (2020). One size doesn't fit all: a uses and gratifications analysis of social media platforms. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 269–284. <https://doi.org/10.1108/jrim-10-2019-0159>.
- Priadana, S. & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purwanto, S. A., Syahardani, R., Hermawan, E., & Kuvaeni, A. (2021). Media sosial: Peran dan kiprah dalam pengembangan wawasan kebangsaan. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(4), 55-79. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i4.416>.
- Putri, A. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo). *JURNAL IKON 2020: Vol. XXV No. 2 Agustus 2020*.
- Rahmah, Y. & Rahmah, E. (2019). Prilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*. Vol. 8, No. 1, September 2019, Seri F. Universitas Negeri Padang.
- Renee Dutta. (2009). Information needs and information-seeking behavior in developing countries: *A review of the research.*, 41(1), 44–51. doi:10.1016/j.iilr.2008.12.001.
- Riyanto, A. (2023). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada 10 Mei 2023.
- Sastrakusumah, E., Suherman, U., Darmawan, D. & Jamilah. (2018). Pengaruh Media Pembelajaran Interaktif Berbantuan Aplikasi Inspring Presentar Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis. *J TEP- Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, Volume 3, Nomor 1, Maret 2018.
- Septiana, A. & Sudrajat, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4(2) 2023 : 975-982.
- Sharabati, A.-A.A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., Abu Ghoush, Q. (2022). The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application. *J.Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 2022, 8, 125. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>

- Silveira, P., Morais, R. & Petrella, S. (2022). A Communication Study of Young Adults and Online Dependency during the COVID-19 Pandemic. *Societies* 2022, 12, 109. <https://doi.org/10.3390/soc12040109>.
- Sinambela, L. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. GRAHA ILMU.
- Solichah, M., Hasta, P., Berliansyah, D., Gabriella, Ramos, S., Marhaeni, N., Nastain, M. (2022). The Effect Of Social Media Instagram @Fikomm.Umby On Fulfilling The Information Needs Of Students. *Prevenire: Journal of Multidisciplinary Science* 1 (3) (2022) 236-244.
- Stephen W. Littlejohn, Karen A.Foss., & John G. Oetzel. (2017). Theories of Human Communication, 11th edition. USA: Waveland Press, Inc.
- Sutrisno, A. & Mayangsari, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common, Volume 5 Nomor 2, Desember 2021*.
- Wahyudin, D., Darmawan, D., Suryadi, E., Setiawati, L. & Rahmawati, Y. (2021). Digital Strategic Communication Management in Developing Curriculum of Universitas Pendidikan Indonesia. *Journal of Hunan University Natural Sciences Vol. 48 (10) October 2021*.
- Wardhania, S., & Herlina, M. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Ntmc Polri Terhadap Pemenuhan Informasi Lalu Lintas Bagi Pengguna Instagram. *PANTAREI*, 5(02).
- West, R. & Turner, L. (2010). Introducing Communication Theory. Analysis and Application. *Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill.