



**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
FOLKATIVE TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Muhammad Qalbi

41182037180003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI
2022 M / 1443 H**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 5 November 2022



44E 11AJX752196561
Muhammad Qalbi
41182037180003

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Penelitian : Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Followers
Nama : Muhammad Qalbi
NPM : 41182037180003
Konsentrasi : Jurnalistik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 5 November 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2016.001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Yudha Asmara D.A., S.Sos., M.I.Kom
NRP. 45.1.03.12.2012.029

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

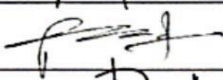
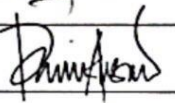
Skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” telah dipertahankan di hadapan dewan penguji skripsi pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Januari 2023
Waktu : 16.30 – 17.30 WIB

Oleh

Nama : Muhammad Qalbi
NPM : 41182037180003
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Winda Primasari, M.Si	
Penguji I	Miftakhudin, M.I.Kom	
Penguji II	Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom	

Bekasi, 12 Januari 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi
Sastra dan Bahasa




Yudha Asmara D.A., M.I.Kom
NRP. 45.1.03.12.2012.029

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Tin Hartini, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2022

Muhammad Qalbi / 41182037180003

“Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”

Di bawah bimbingan Bapak Yudha Asmara D.A., M.I.Kom

Media sosial Instagram saat ini merupakan media yang paling sering digunakan oleh anak muda, Folkative merupakan salah satu platform media online yang memanfaatkan hal tersebut untuk menjadi media informasi yang memiliki fokus terhadap budaya kreatif, seni, musik, film, teknologi serta perkembangan fashion terkini. Folkative adalah media informasi yang berfokus pada anak muda, Folkative juga bisa terbentuk karena untuk menginspirasi, menginformasikan dan mewakili suara budaya kreatif anak muda di Indonesia. Folkative melakukan hal tersebut dengan cara membuat konten informasi yang kreatif dan juga menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram Folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *followers*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis eksplanatif dan deskriptif. Adapun pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Hasil dalam penelitian ini menyatakan informasi yang disampaikan pada akun Instagram Fokaltive berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,614. Instagram Folkative memberikan kontribusi sebesar 75,2% terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Instagram, Kebutuhan Informasi, Folkative

ABSTRACT

*Islamic University “45” Bekasi
Study of Communication Science
Faculty of Communications, Literature
and Language
2022*

Muhammad Qalbi / 41182037180003

*"The Effect of Social Media Instagram Folkative on Fulfilling Followers
Information Needs"*

Under the guidance of Mr. Yudha Asmara D.A., M.I.Kom

Social media Instagram is currently the media most often used by young people, Folkative is an online media platform that utilizes this to become an information medium that has a focus on creative culture, art, music, film, technology and the latest fashion developments. Folkative is an information media that focuses on young people, Folkative can also be formed because it inspires, and represents the voice of the creative culture of young people in Indonesia. Folkative does this by creating creative and interesting informational content. The purpose of this study was to determine the effect of social media Instagram Folkative on fulfilling the information needs of followers. This study uses a quantitative approach with explanatory and descriptive analysis. The sampling was carried out using non-probability sampling with accidental sampling techniques. The results in this study stated that the information conveyed on the Fokaltive Instagram account had a positive and significant effect on fulfilling the information needs of followers, as indicated by the regression coefficient value of 0.614. Instagram Folkative contributed 75.2% to the information needs fulfillment variable.

Keywords: *Instagram, Information Needs, Folkative*

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun judul penelitian ini adalah “Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materi. Maka pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Yudha Asmara D.A., S.Sos., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi serta sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, serta kontribusi dalam penyusunan penelitian ini.
- 2) Ibu Syabaningrum Prihartinni, M.Hum. selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
- 3) Ibu Tin Hartini, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.
- 4) Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
- 5) Kedua orangtua dan keluarga yang tiada hentinya selalu memberikan do’a, semangat, dan dukungannya.
- 6) Teman-teman yang sudah menemani dan membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
- 7) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi angkatan 2018

untuk motivasi dan kebersamaannya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini jauh dari kata sempurna. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi semua pembaca.

Bekasi, 5 November 2022

Peneliti

Muhammad Qalbi
41182037180003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ...	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Teori.....	12
2.2.1 <i>New Media</i>	12
2.2.2 Media Sosial.....	13
2.2.3 Instagram.....	16
2.2.4 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi.....	22

3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Data Primer	24
3.3.2 Data Sekunder	25
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.6.1 Uji Validitas Data.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas Data.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1 Analisis Regresi Linier.....	32
3.7.2 Uji Hipotesis	33
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	34
3.7.4 Uji Signifikansi (Uji t)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Media Sosial Instagram Folkative.....	36
4.1.2 Visi dan Misi Folkative	37
4.1.3 Logo Folkative	38
4.1.4 <i>Founder</i> Folkative	38
4.1.5 Media Sosial Instagram Folkative.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian	40
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.2.2.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Instagram Folkative (X)	44
4.2.2.2 Hasil Tanggapan Responden Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	52
4.3 Uji Hipotesis	57
4.4 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	62

5.2.1 Saran untuk Folkative	62
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	9
Tabel 3.1 Skor Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Data	30
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	32
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.1 Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Instagram Folkative (X).....	43
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	50
Tabel 4.4 Koefisien Determinasi Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	56
Tabel 4.5 Uji t Pengaruh Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	57
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram Folkative, Narasi, Kumparan	4
Gambar 1.2 <i>Public Figure Followers</i> Akun Instagram Folkative	5
Gambar 4.1 Unggahan Pertama Akun Instagram Folkative	36
Gambar 4.2 Tampilan Akun Instagram Folkative	37
Gambar 4.3 Logo Folkative	38
Gambar 4.4 Founder Folkative	38
Gambar 4.5 Akun Instagram Folkative	39
Gambar 4.6 Unggahan Terkait Indikator <i>Feed</i>	45
Gambar 4.7 Unggahan Terkait Indikator <i>Stories</i>	47
Gambar 4.8 Unggahan Terkait Indikator <i>Stories</i>	47
Gambar 4.9 Unggahan Terkait Indikator <i>Stories</i>	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	41
Grafik 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Domisili	41
Grafik 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Grafik 4.4 Persentase Indikator <i>Feed</i>	44
Grafik 4.5 Persentase Indikator <i>Stories</i>	46
Grafik 4.6 Persentase Indikator IGTV	49
Grafik 4.7 Persentase Indikator <i>Current Need Approach</i>	51
Grafik 4.8 Persentase Indikator <i>Everyday Need Approach</i>	52
Grafik 4.9 Grafik 4.9 Persentase Indikator <i>Exhaust Need Approach</i>	53
Grafik 4.10 Persentase Indikator <i>Catching-up Need Approach</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Instagram Folkative (X)	69
Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	73
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	77
Lampiran 5 Hasil Reliabilitas	78
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dengan SPSS versi 25.....	79
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan 1	80
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan 2	82
Lampiran 9 Dokumentasi	84