

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM @AMIKOMINFO TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AMIKOM  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Istiqomah**

**18.96.0745**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM @AMIKOMINFO TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AMIKOM  
YOGYAKARTA**

**Skripsi**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh  
Istiqomah  
18.96.0745

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH AKUN INSTAGRAM @AMIKOMINFO TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AMIKOM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Istiqomah**

**18.96.0745**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 1 Oktober 2021

**Dosen Pembimbing,**

**Alvian Alrasid Ajibulloh., S.IKom., M.I.Kom**

**NIK. 190302486**

**PENGESAHAN  
SKRIPSI  
PENGARUH AKUN INSTAGRAM @AMIKOMINFO TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AMIKOM  
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Istiqomah**

**18.96.0745**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Januari 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Alvian Alrasid Ajibulloh., S.IKom., M.I.Kom**

**NIK. 190302486**

**Riski Damastuti, S.Sos., M.A**

**NIK. 190302475**

**Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si**

**NIK. 190302478**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 7 Februari 2022

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 2 Oktober 2021



Istiqomah

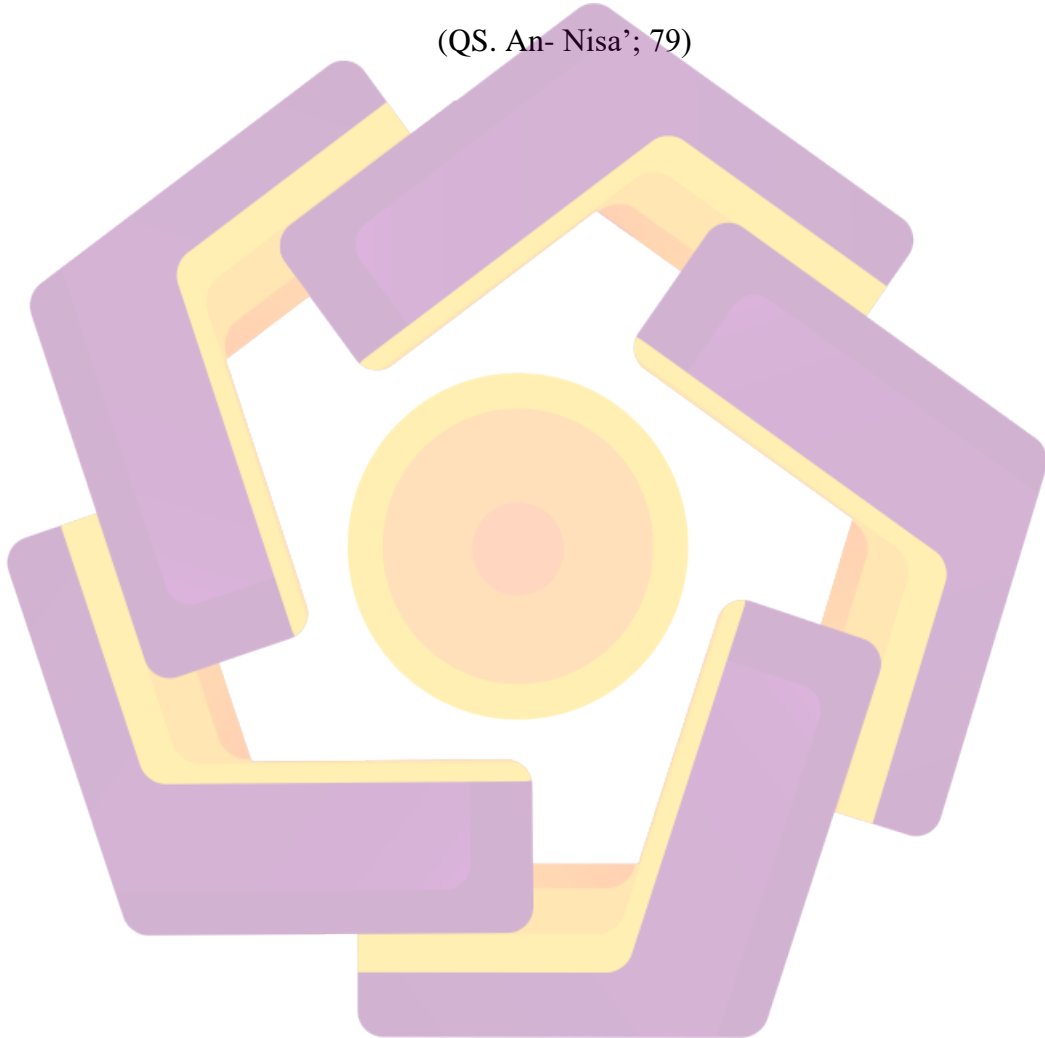
NIM. 18.96.0745

## MOTTO

مَا أَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللَّهِ وَمَا أَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنْ نَفْسِكَ ...

“Kebajikan apa pun yang kamu peroleh, adalah dari sisi Allah, dan keburukan apa pun yang menimpamu, itu dari (kesalahan) dirimu sendiri...”

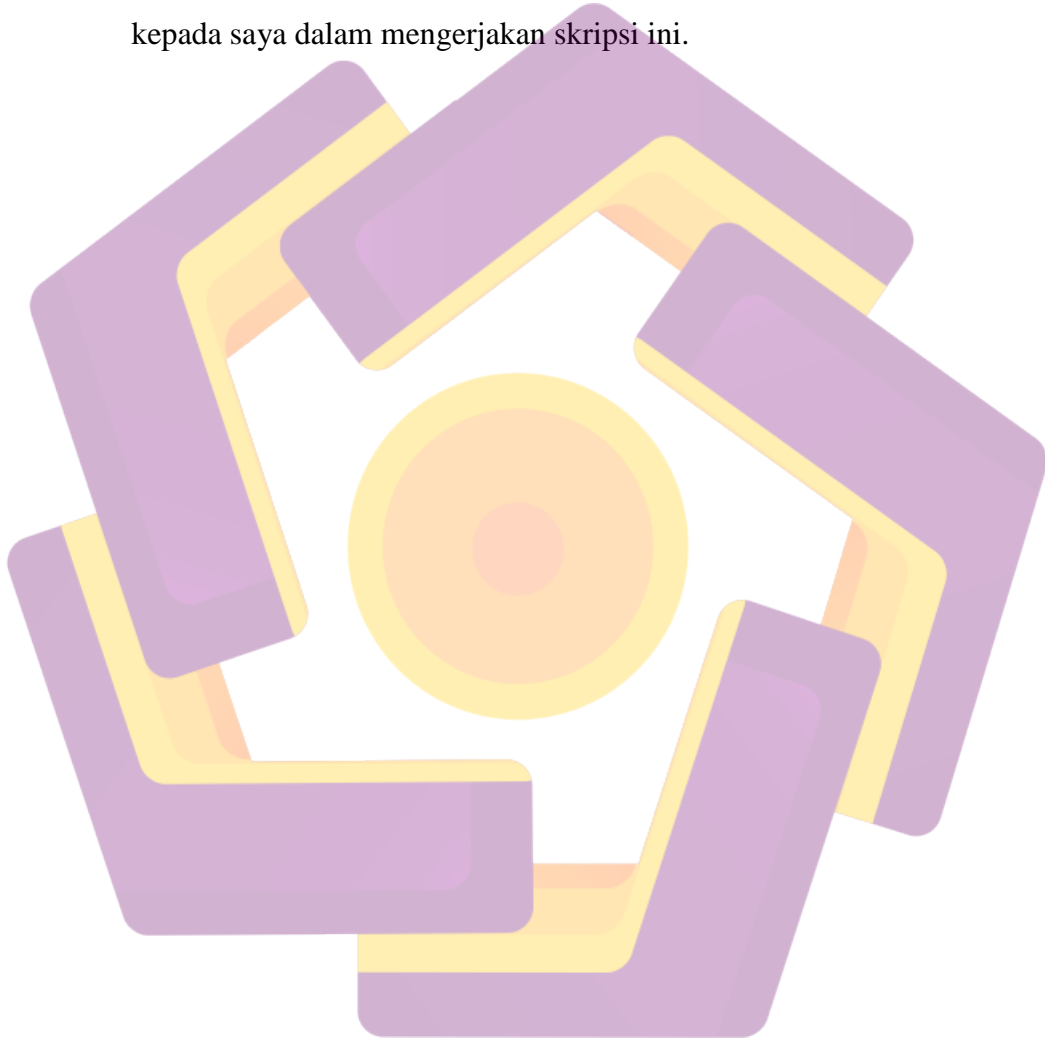
(QS. An- Nisa'; 79)



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan dukungan dan do'a, serta memberi banyak motivasi yang sangat berguna untuk saya.
2. Saudara-saudara saya yang selalu mendo'akan dan memberi semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Pengelola akun Instagram @amikoinfo.
6. Responden yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan penelitian.



7. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan do'a, serta memberi banyak motivasi untuk saya.
8. dan teman-teman Ilmu Komunikasi 06 yang sudah memberikan banyak dukungan dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan penulis di waktu mendatang.

Yogyakarta, 2 Oktober 2021

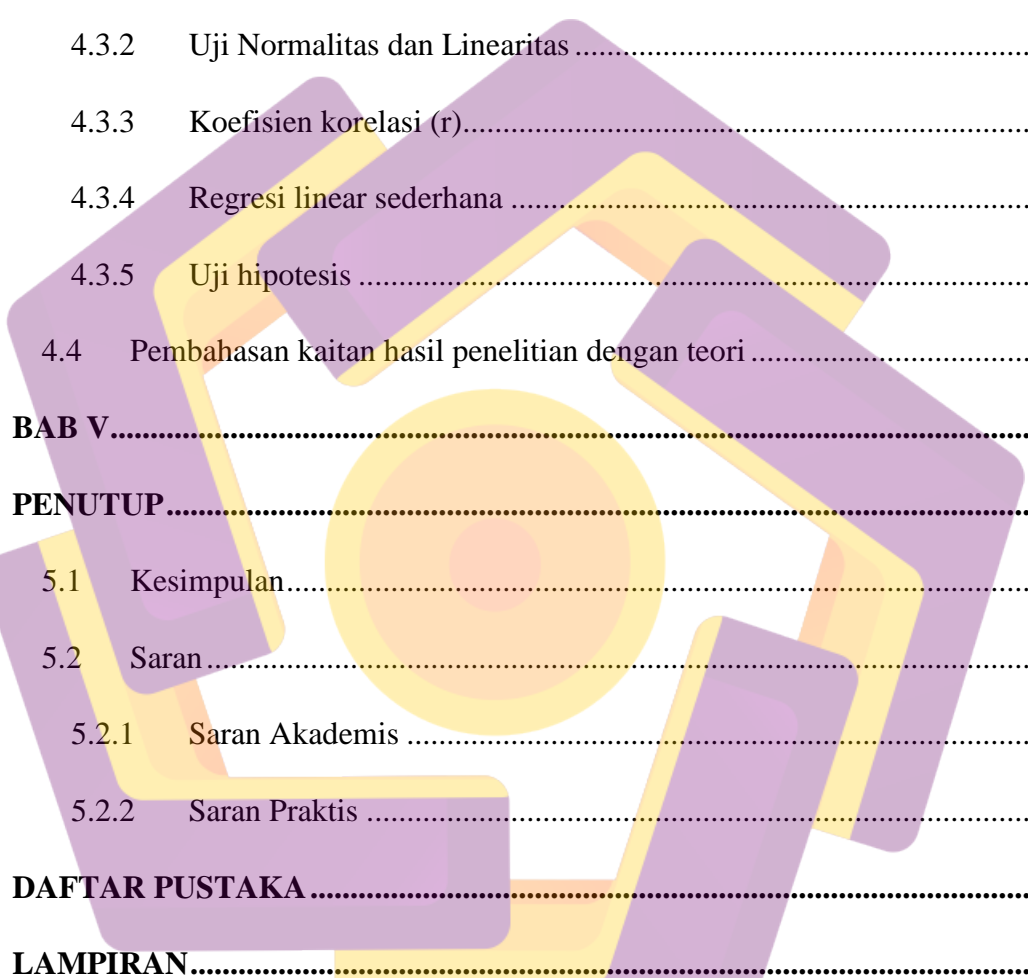


Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
2.1 Latar Belakang Masalah.....	1
2.2 Rumusan Masalah .....	5
2.3 Tujuan Penelitian.....	6
2.4 Manfaat Penelitian.....	6
2.5 Sistemika Bab .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>

<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1    Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Uses and Effect</i> .....	8
2.1.2    Media sosial .....	9
2.1.3    Instagram.....	10
2.1.4    Kebutuhan informasi .....	12
2.2    Penelitian Terdahulu.....	15
2.3    Kerangka Pemikiran .....	16
2.4    Variabel penelitian .....	17
2.5    Operasional Variabel.....	18
2.6    Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III.....</b>	<b>20</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1    Desain Penelitian .....	20
3.2    Objek Penelitian .....	20
3.3    Populasi dan Teknik Sampling.....	21
3.4    Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.5    Teknik Analisis Data .....	23
<b>BAB IV .....</b>	<b>28</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1    Karakteristik responden.....	28
4.1.1    Karakteristik responden .....	28



4.2.1	Penggunaan Instagram oleh responden.....	30
4.2	Rekapitulasi tanggapan responden .....	33
4.3	Hasil Uji Data.....	37
4.3.1	Uji validitas dan realibilitas .....	37
4.3.2	Uji Normalitas dan Linearitas .....	39
4.3.3	Koefisien korelasi (r).....	41
4.3.4	Regresi linear sederhana .....	42
4.3.5	Uji hipotesis .....	43
4.4	Pembahasan kaitan hasil penelitian dengan teori .....	44
<b>BAB V</b>	.....	<b>50</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>50</b>
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	51
5.2.1	Saran Akademis .....	51
5.2.2	Saran Praktis .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 2.2 Indikator variabel @amikominfo.....	18
Tabel 2.3 Indikator variabel kebutuhan informasi .....	18
Tabel 4.1 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kuesioner.....	33
Tabel 4.2 Korelasi Validitas .....	37
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	39
Tabel 4.5 Linearitas .....	40
Tabel 4.6 Koefisien korelasi .....	41
Tabel 4.7 Regresi Linear Sederhana .....	42
Tabel 4.8 Persentase pengaruh X terhadap Y .....	42
Tabel 4.9 Persamaan Regresi .....	43
Tabel 4.10 Uji T (hipotesis) .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase penggunaan media sosial.....	2
Gambar 1.2 Persentase penggunaan Instagram di Indonesia berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Tahun angkatan responden.....	28
Gambar 4.2 Asal Program Studi.....	29
Gambar 4.3 Jenis Kelamin.....	30
Gambar 4.4 Pengguna aktif instagram.....	31
Gambar 4.5 intensitas menggunakan Instagram.....	31
Gambar 4.6 Frekuensi akses Instagram.....	32
Gambar 4.7 memilih Instagram karena mudah diakses.....	33
Gambar 4.8 Uji Normalitas.....	39

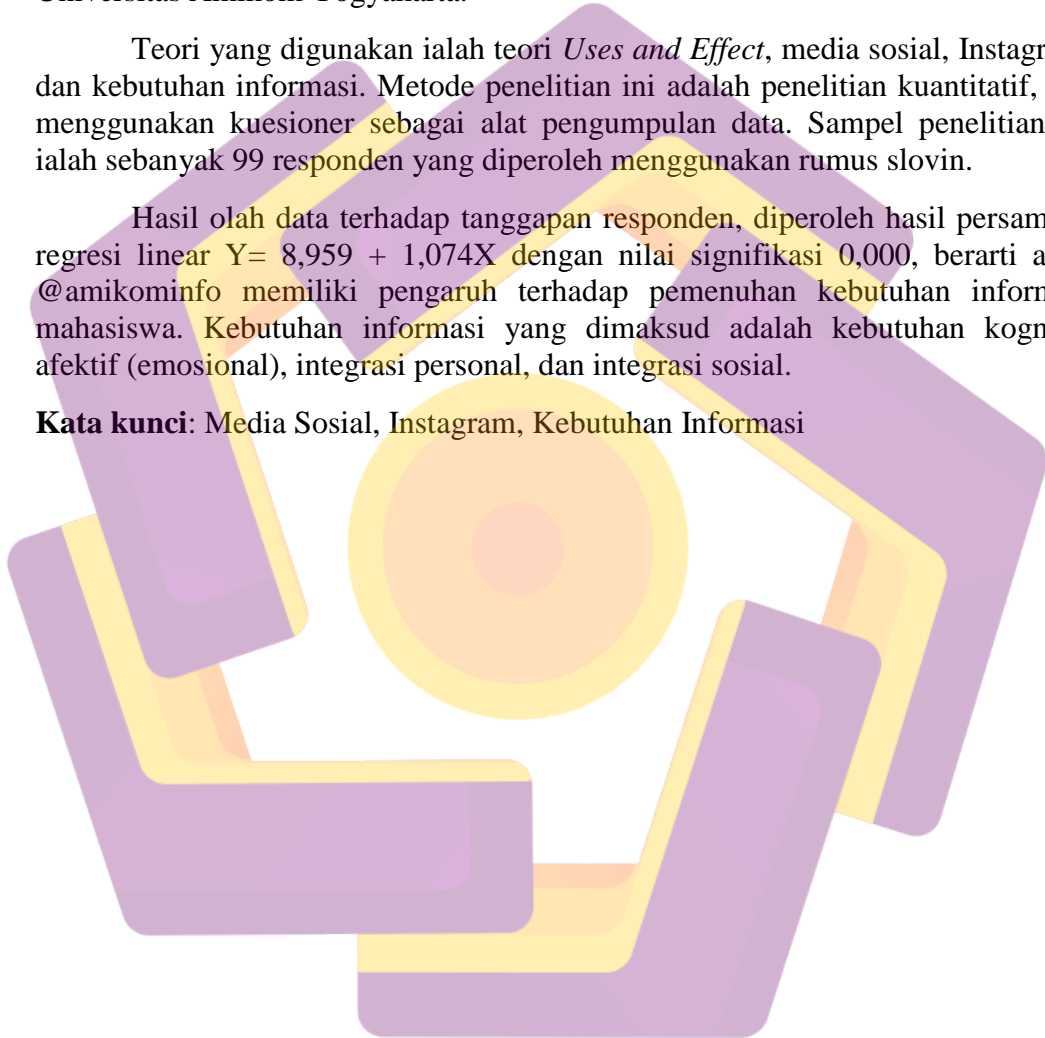
## INTISARI

@amikominfo adalah akun Instagram berbasis konten informasi seputar perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta. Penggunaan Instagram oleh akun @amikominfo, menjadi salah satu bentuk upaya dalam membantu mahasiswa dari seluruh fakultas dalam memperoleh informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengungkap apakah akun Instagram @amikominfo mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

Teori yang digunakan ialah teori *Uses and Effect*, media sosial, Instagram, dan kebutuhan informasi. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel penelitian ini ialah sebanyak 99 responden yang diperoleh menggunakan rumus slovin.

Hasil olah data terhadap tanggapan responden, diperoleh hasil persamaan regresi linear  $Y = 8,959 + 1,074X$  dengan nilai signifikansi 0,000, berarti akun @amikominfo memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. Kebutuhan informasi yang dimaksud adalah kebutuhan kognitif, afektif (emosional), integrasi personal, dan integrasi sosial.

**Kata kunci:** Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi



## **ABSTRAK**

*@amikominfo is an Instagram account based on informational content about lectures at Amikom University Yogyakarta. This account is managed to make easier in all faculties, through social media. The purpose of this research is to determine and reveal the effect of using the @amikominfo Instagram account on fulfillment of students information needs at Amikom University Yogyakarta.*

*Theories that used in this research are the theory of Uses and Effect, social media, Instagram, and information needs. And the research methods used are quantitative research, and uses a questionnaire as a data collection tool. The sample of this research was 99 respondents who were obtained using the Slovin formula.*

*The results of data processing on respondents' responses, obtained the results of a linear equation:  $Y = 8.959 + 1.074X$  with a significance value of 0.000, it means that the @amikominfo Instagram account has an influence on meeting student information needs. The information needs in question are cognitive, affective (emotional), personal integration, and social integration needs.*

**Keywords:** *Social Media, Instagram, Information Needs*

