

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT PADA
AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Irfan Gunawan

22.96.3462

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT PADA
AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh
Irfan Gunawan
22.96.3462

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

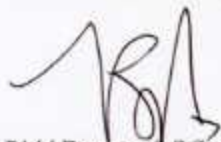
**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT PADA
AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Irfan Gunawan
22.96.3462

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 25 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT PADA
AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Irfan Gunawan
22.96.3462

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 25 Februari 2026

Nama Penguji

Dr. Junaidi, S.Ag., M.Hum.
NIK. 190302599

Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
25 Februari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 6 Maret 2026



Irfan Gunawan
NIM. 22.96.3462

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A. (Dosen Pembimbing)
5. Kedua Orang Tua Tercinta, yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, serta doa yang tiada henti sehingga penulis memiliki kekuatan untuk menyelesaikan studi ini dengan baik.
6. Terima kasih yang tulus penulis tujukan kepada seluruh sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala dukungan moral maupun material sejak awal masa perkuliahan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa *"people come and go"*, di mana setiap insan yang hadir selalu membawa makna, menanamkan pelajaran berharga, dan meninggalkan kenangan abadi yang mendewasakan. Terima kasih telah menjadi bagian dari dinamika perjuangan ini; semoga segala ketulusan dan kebaikan yang kalian tanamkan berbuah keberkahan serta senantiasa mengiringi setiap langkah kalian menuju kesuksesan di masa depan.

Yogyakarta, 6 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	10
2.1.2 Media Sosial (Instagram).....	12
2.1.3 Media Sosial Pemerintah @PemkotJogja.....	13
2.1.4 Motif Penggunaan Media Sosial.....	17
2.1.5 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	23
2.2 Kerangka Berpikir	30

2.3	Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Paradigma Penelitian	35
3.2	Pendekatan Penelitian	36
3.3	Sifat Penelitian	37
3.4	Variabel	38
3.4.1	Variabel Independen (Bebas)	38
3.4.2	Variabel Dependen (Terikat)	39
3.5	Operasionalisasi Variabel	40
3.6	Populasi & Sampel	43
3.6.1	Populasi	43
3.6.2	Sampel	44
3.7	Teknik Pengumpulan Data	46
3.7.1	Data Primer	47
3.7.2	Data Sekunder	48
3.8	Hipotesis Penelitian	48
3.9	Instrumen Penelitian	49
3.10	Teknik Analisis Data	59
3.10.1	Uji Instrumen	59
3.10.2	Analisis Deskriptif	61
3.10.3	Uji Asumsi Klasik	62
3.10.4	Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Uji Instrumen	71
4.1.1	Uji Validitas	71
4.1.2	Uji Reliabilitas	73
4.2	Uji Asumsi Klasik	74

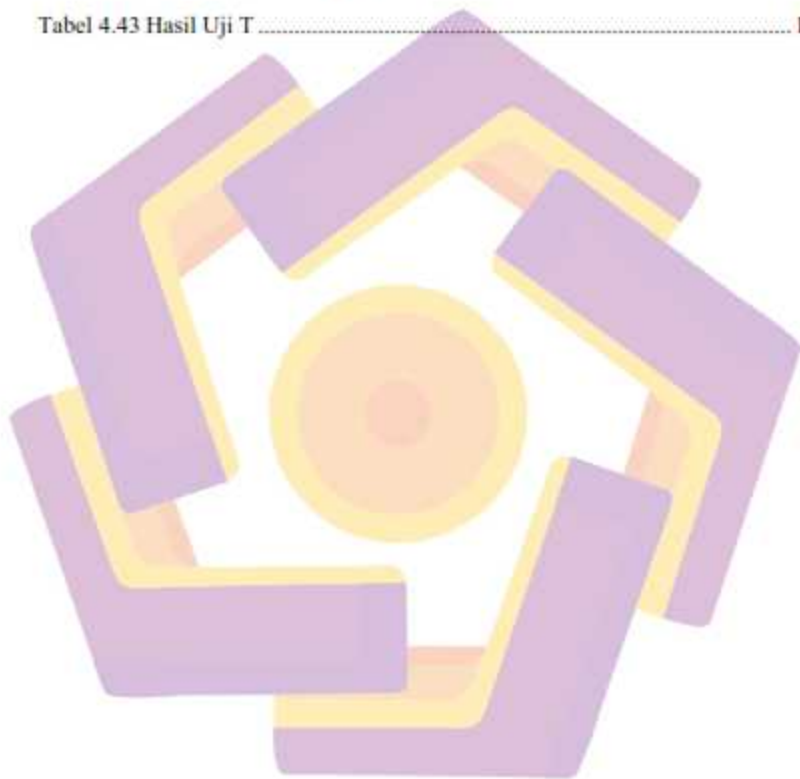
4.2.1 Uji Normalitas	74
4.2.2 Uji Linearitas	77
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.3 Analisis Deskriptif	80
4.3.1 Karakteristik responden	80
4.3.2 Distribusi Data Responden	85
4.3.3 Tingkat Capaian Responden (TCR)	105
4.4 Uji Hipotesis	113
4.4.1 Uji Koefisien Korelasi (R)	114
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R-square)	115
4.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	115
4.4.4 Uji T	117
4.5 Pembahasan	119
4.5.1 Signifikansi Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	119
4.5.2 Kesenjangan Antara Motif Pengguna dan Pola Komunikasi Pemerintah	121
4.5.3 Analisis Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Implikasi Strategis	122
BAB V PENUTUP	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	124
REFERENSI	126
LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	50
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	75
Tabel 4.4 Statistik Residual (Skewness dan Kurtosis).....	77
Tabel 4.5 Distribusi Data Responden Item X.1.....	85
Tabel 4.6 Distribusi Data Responden Item X.2.....	85
Tabel 4.7 Distribusi Data Responden Item X.3.....	86
Tabel 4.8 Distribusi Data Responden Item X.4.....	87
Tabel 4.9 Distribusi Data Responden Item X.5.....	88
Tabel 4.10 Distribusi Data Responden Item X.6.....	88
Tabel 4.11 Distribusi Data Responden Item X.7.....	89
Tabel 4.12 Distribusi Data Responden Item X.8.....	90
Tabel 4.13 Distribusi Data Responden Item X.9.....	91
Tabel 4.14 Distribusi Data Responden Item X.10.....	91
Tabel 4.15 Distribusi Data Responden Item X.11.....	92
Tabel 4.16 Distribusi Data Responden Item X.12.....	93

Tabel 4.17 Distribusi Data Responden Item X.13.....	94
Tabel 4.18 Distribusi Data Responden Item X.14.....	94
Tabel 4.19 Distribusi Data Responden Item X.15.....	95
Tabel 4.20 Distribusi Data Responden Item X.16.....	96
Tabel 4.21 Distribusi Data Responden Item X.17.....	96
Tabel 4.22 Distribusi Data Responden Item X.18.....	97
Tabel 4.23 Distribusi Data Responden Item X.19.....	98
Tabel 4.24 Distribusi Data Responden Item Y.1.....	99
Tabel 4.25 Distribusi Data Responden Item Y.2.....	99
Tabel 4.26 Distribusi Data Responden Item Y.3.....	100
Tabel 4.27 Distribusi Data Responden Item Y.4.....	101
Tabel 4.28 Distribusi Data Responden Item Y.5.....	102
Tabel 4.29 Distribusi Data Responden Item Y.6.....	102
Tabel 4.30 Distribusi Data Responden Item Y.7.....	103
Tabel 4.31 Distribusi Data Responden Item Y.8.....	104
Tabel 4.32 Data Motif Informasi.....	105
Tabel 4.33 Data TCR Motif Identitas Pribadi (Personal Identity)	106
Tabel 4.34 Data TCR Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	107
Tabel 4.35 Data TCR Motif Hiburan (Entertainment)	109
Tabel 4.36 Data TCR Motif Remunerasi.....	110
Tabel 4.37 Data TCR Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	112
Tabel 4.38 Uji Koefisien Korelasi (R).....	114

Tabel 4.39 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	114
Tabel 4.40 Uji Koefisien Determinasi (R-square).....	115
Tabel 4.41 ANOVA.....	116
Tabel 4.42 Hasil Uji Persamaan Regresi.....	117
Tabel 4.43 Hasil Uji T.....	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Motif Penggunaan Internet di Indonesia	3
Gambar 2.1 Akun Media Sosial Instagram @pemkotjogja	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	76
Gambar 4.2 Scatterplot Linearity Test	77
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	79
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Mengikuti Akun	83
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Interaksi	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 2 Identitas Responden	137
Lampiran 3 Jenis & Intensitas Interaksi Responden	142
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel X.....	149
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Y.....	156
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	159
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	159
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	160
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	160
Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas (Skewness & Kurtosis)	160
Lampiran 11 Visual Hasil Uji Normalitas (Q-Q Plot).....	160
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas (K-S)	161
Lampiran 13 Hasil Uji Linearitas	161
Lampiran 14 Visual Hasil Uji Linearitas (Scatterplot).....	161
Lampiran 15 Visual Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	162
Lampiran 16 Hasil Koefisien Korelasi & Determinasi	162
Lampiran 17 Hasil Regresi Linear Sederhana	162
Lampiran 18 Hasil Uji ANOVA.....	163
Lampiran 19 Tabel Sampel ISSAC AND MICHAEL	163
Lampiran 20 T Tabel	164
Lampiran 21 R Tabel.....	165

INTISARI

Fenomena rendahnya interaksi publik pada akun media sosial pemerintah dibandingkan akun swasta menjadi masalah krusial dalam komunikasi digital, mengingat masyarakat memiliki motif spesifik saat mengakses informasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat pada akun Instagram @pemkotjogja, serta untuk mengukur sejauh mana besaran pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan pendekatan asosiatif kausal dan paradigma positivisme. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 275 responden pengikut aktif akun @pemkotjogja yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji T. Hasil penelitian berhasil menjawab kedua tujuan pokok tersebut. Pertama, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motif penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini memvalidasi berlakunya teori *Uses and Gratifications* pada konteks media sosial pemerintahan, di mana Motif Informasi (*Surveillance*) dan Motif Remunerasi (ekonomi) menjadi pendorong utama. Kedua, besaran kontribusi pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi terukur sebesar 51,2%, sementara sisa pengaruh 48,8% lainnya dijelaskan oleh faktor di luar model penelitian ini. Tingkat pemenuhan tertinggi yang dirasakan warga terletak pada kebutuhan informasi ringkas (*Catching-up Need Approach*). Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan Pemerintah Kota Yogyakarta untuk memformulasikan strategi konten yang lebih solutif dan memiliki nilai insentif ekonomis bagi warga.

Kata kunci: Motif Penggunaan, Kebutuhan Informasi, Media Sosial Pemerintah, Instagram, *Uses and Gratifications*.

ABSTRACT

The phenomenon of low public interaction on government social media accounts compared to private ones has become a crucial issue in digital communication, given that the public possesses specific motives when accessing public information. This study aims to examine and analyze whether there is an influence of social media usage motives on the fulfillment of public information needs on the Instagram account @pemkotjogja, and to measure the magnitude of this influence. This research employs an explanatory quantitative method with a causal associative approach and a positivism paradigm. Data were collected by distributing questionnaires to 275 active followers of the @pemkotjogja account, selected using the purposive sampling technique. Data analysis utilized simple linear regression tests, the coefficient of determination, and the t-test. The research results successfully address both core objectives. First, there is a positive and significant influence of social media usage motives on the fulfillment of information needs. This validates the application of Uses and Gratifications theory in the context of government social media, where the Information Motive (Surveillance) and the Remuneration Motive (economic) act as the main drivers. Second, the magnitude of the contribution of social media usage motives to the fulfillment of information needs is measured at 51.2%, while the remaining 48.8% is explained by factors outside this research model. The highest level of fulfillment perceived by citizens lies in the concise information needs (Catching-up Need Approach). Practically, this research recommends the Yogyakarta City Government to formulate content strategies that are more solution-oriented and hold economic incentive value for citizens.

Keyword: *Usage Motives, Information Needs, Government Social Media, Instagram, Uses and Gratifications.*