

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM
@DETIKCOM TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS* TERKAIT
PILPRES 2024 PADA PERIODE OKTOBER-
NOVEMBER 2023**



VIORIEN KRISTANTI

20.M1.0003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

LAPORAN SKRIPSI
PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM
@DETIKCOM TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS* TERKAIT
PILPRES 2024 PADA PERIODE OKTOBER-
NOVEMBER 2023

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



VIORIEN KRISTANTI

20.M1.0003

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2024

ABSTRAK

Media sosial dapat membantu kehidupan manusia dalam memperoleh informasi. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dan menjadi *platform favourite* kedua di global yaitu media sosial Instagram. Dalam konteks pemilu, pemberitaan informasi mengenai profil maupun isu-isu yang berkaitan tentang capres dan cawapres, serta tata cara pelaksanaan pencoblosan dapat dibagikan melalui Instagram. Keseimbangan informasi yang ada di media sosial Instagram dapat berpengaruh pada pembentukan persepsi publik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan Instagram @detikcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* terkait pilpres 2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme dengan menggunakan teori *uses and gratification* untuk melihat adanya pemenuhan kebutuhan informasi individu terhadap keputusan dalam memilih media sosial. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang disebar dalam bentuk kuesioner dan menggunakan *cluster* sampling untuk pengelompokan responden berdasarkan usia. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi *product moment* untuk melihat adanya pengaruh antara variabel penggunaan media sosial Instagram @detikcom dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi *followers* terkait pilpres 2024. Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai koefisien tingkat hubungan variabel penggunaan Instagram @detikcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi terkait pilpres 2024 sebesar 0,713 termasuk dalam kategori kuat, yang artinya terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Kata kunci: Penggunaan media sosial, *Uses and gratification*, Kebutuhan informasi, Instagram @detikcom

ABSTRACT

Social media can help people's lives by obtaining information. One of the most widely used social media platforms in Indonesia and the second favorite platform globally is Instagram. In the context of elections, reporting information regarding profiles and issues related to presidential and vice presidential candidates, as well as voting procedures can be shared on Instagram. The balance of information on Instagram can affect the formation of public perceptions. The purpose of this research was to determine the effect of using Instagram @detikcom on fulfilling followers' information needs regarding the 2024 presidential election. This research uses quantitative methods based on positivism philosophy using the uses and gratification theory to see individual satisfaction with decisions in choosing social media. This research used a sample of 100 respondents who were distributed in the form of a questionnaire and used cluster sampling to group respondents based on age. The data analysis technique used for hypothesis testing uses the product moment correlation test to see the influence between the variable use of Instagram @detikcom social media and the variable fulfillment of followers' information needs related to the 2024 presidential election. In this study, it is known that the coefficient value of the relationship level of the variable use of Instagram @detikcom on fulfilling information needs related to the 2024 presidential election amounting to 0.713 is included in the strong category, which means that there is an influence from the use of Instagram on fulfilling the information needs of followers.

Keywords: Use of social media, Uses and gratification, Information needs, Instagram @detikcom