

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @CAMPAIGN_ID
TERHADAP MINAT MELAKUKAN AKSI SOSIAL PADA
FOLLOWERS**

(Studi Pada Followers Instagram @campaign_id)

Disusun Guna Untuk Memenuhi Persyaratan Skripsi dan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi



OLEH

LUTFI BUNGA ANGGARINI

NPM: 1151800289

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @CAMPAIGN_ID
TERHADAP MINAT MELAKUKAN AKSI SOSIAL PADA
FOLLOWERS**

(Studi Pada Followers Instagram @campaign_id)

Disusun Guna Untuk Memenuhi Persyaratan Skripsi dan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi



OLEH

LUTFI BUNGA ANGGARINI

NPM: 1151800289

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lutfi Bunga Anggarini

NPM : 1151800289

Judul : Pengaruh Konten Instagram @campaign_id Terhadap Minat Melakukan Aksi Sosial Pada Followers (Studi Pada Followers Instagram @campaign_id

Surabaya, 07 Juli 2022

Mengetahui,

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Avun Manduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103



Dr. Teguh Privo Sadono, M.Si

NPP. 20150190816

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal Juni 2022:

Dewan Penguji:

1. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si
Ketua

()

2. Bagus Cahyo Shah Adi Pradana, S.Sos., M. Med. Kom
Anggota

()

3. Herlina Kusumaningrum, S.Sos., MA
Anggota

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Asun Manduwinarti, M.P.
NIP. 20120.87.0103

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lutfi Bunga Anggarini

NBI : 1151800289

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @Campaign_id Terhadap Minat Melakukan Aksi Sosial Pada Followers (Studi Pada Followers Instagram @Campaign_id)

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 13 Juli 2022
Yang Membuat Pernyataan



Lutfi Bunga Anggarini



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lutfi Bunga Anggarini
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Konten Instagram @campaign_id terhadap Minat Melakukan Aksi Sosial pada Followers (Studi Pada Followers Instagram @Campaign_id)”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 7 Juli 2022

Yang Menvatakan



(Lutfi Bunga Anggarini)

ABSTRAK

Stimulus Respons (SR) merupakan teori yang menjelaskan bagaimana media massa dapat memberikan efek langsung kepada khalayak sehingga mampu membuat khalayak bertindak seperti apa yang media tersebut inginkan. Stimulus disebut sebagai pesan yang ingin disampaikan, sedangkan Respon adalah efek atau perubahan sikap yang terjadi pada *audience* setelah merespon pesan tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang dilakukan oleh akun Instagram @campaign_id. Sebagai media massa, @campaign_id rutin membagikan konten berupa informasi dan pesan persuasi guna mengajak khalayak mengikuti aksi sosial yang ada di media tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten yang dibagikan media masa terhadap minat khalayak untuk melakukan aksi sosial. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan kriteria pengikut Instagram @campaign_id. Objek penelitian ini adalah konten Instagram @campaign_id. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif secara deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji hipotesis F penelitian ini secara simultan dapat diterima, bahwa terdapat pengaruh signifikan konten instagram @campaign_id terhadap minat melakukan aksi sosial. Sedangkan, pada hasil hipotesis berdasarkan uji T dinyatakan terdapat pengaruh positif antara konten instagram @campaign_id dengan minat melakukan aksi sosial. Pada uji koefisien determinasi dengan nilai signifikasi sebesar lima persen diperoleh pengaruh konten instagram terhadap minat melakukan aksi sosial relatif rendah.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Minat Melakukan Aksi Sosial

ABSTRACT

Stimulus Response (SR) is a theory that explains how mass media can have a direct effect on audiences so that they are able to make audiences act the way the media wants them to. The stimulus is referred to as the message to be conveyed, while the response is the effect or change in attitude that occurs in the audience after responding to the message. This is in accordance with what is done by the Instagram account @campaign_id. As a mass media, @campaign_id regularly shares content in the form of information and persuasive messages to invite the public to take part in social actions in the media.

This study aims to determine whether there is an influence of content shared by mass media on public interest in taking social action. This study uses 100 respondents with the criteria for followers of Instagram @campaign_id. The object of this research is the content of Instagram @campaign_id. The type of research used is descriptive quantitative research.

Based on the results of the study, it was shown that the hypothesis F test of this study was simultaneously accepted, that there was a significant effect of @campaign_id's Instagram content on the interest in taking social action. Meanwhile, the results of the hypothesis based on the T test stated that there was a positive influence between @campaign_id's Instagram content and interest in social action. In the coefficient of determination test with a significance value of five percent, the effect of Instagram content on interest in social action is relatively low.

Keywords: Social Media, Instagram, Interest in Social Action

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Konten Instagram @campaign_id terhadap Minat Melakukan Aksi Sosial Pada Followers (Studi Pada Followers Instagram @campaign_id)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Mohammad Insan Romadham, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan dan nasihat dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses bimbingan skripsi.
4. Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing II yang memberikan arahan selama proses bimbingan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Sarwiji dan Suyati, selaku orang tua. Terima kasih atas seluruh dukungan yang senantiasa diberikan kepada penulis, mulai dari apresiasi, kepercayaan, serta doa baik selama proses kuliah hingga skripsi dapat diselesaikan.
6. Leni Marita Widyasari dan Yayak Zabara, selaku kakak dan adik penulis yang memberikan banyak bantuan serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
7. Zihan Firdhani, Alisha Shafira Mardinata, selaku sahabat baik penulis yang menemani dari proses kuliah hingga skripsi. Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Salsabila, Nissa, Liani Dwi, Putra, selaku sahabat jauh penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Yuli, Ainur, Becca, Mirna, dan seluruh staff di French Bakery. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada

penulis, sehingga skripsi dan studi ini dapat diselesaikan dengan baik.

10. Teman-teman Angkatan 2018 yang memberikan banyak doa baik serta dukungan selama proses skripsi.
11. Terakhir untuk diri saya sendiri. Terima kasih sudah berjuang dan mampu menyeimbangkan waktu kuliah dan bekerja selama 4 tahun terakhir ini. Terima kasih karena tidak banyak menuntut dan mengeluh. Semoga citamu dimudahkan jalannya di masa depan.

Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, 13 Juli 2022

(Lutfi Bunga Anggarini)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Teori.....	13
2.3 Definisi Konseptual	21
2.4 Definisi Operasional	23
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	26
2.6 Hipotesis.....	27

BAB 3	METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.2	Jenis Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.4	Definisi Konseptual dan Opersionalisasi Variabel	31
3.5	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	40
3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.8	Uji Normalitas, Linieritas dan Korelasi Product Moment	45
3.9	Uji Hipotesis	47
BAB 4	HASIL PENELITIAN.....	49
4.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.2	Penyajian Data	50
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB 5	KESIMPULAN.....	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Y.....	37
Tabel 3.3 Skor Skala Likert.....	41
Tabel 3.4 Interpretasi Reliabilitas.....	43
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 3.6 Interval Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Statistik Variabel (X).....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Variabel Y.....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	65
Tabel 4.8 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Pearson Product Moment.....	69
Tabel 4.11 Uji F.....	70
Tabel 4.12 Uji Hipotesis dengan membandingkan nilai sig 0,05.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	72
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Media Sosial Populer 2021	3
Gambar 1.2 Instagram @Campaign_id.....	4
Gambar 4.1 Logo Instagram @campaign_id	50
Gambar 4.2 Instagram @campain_id	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 – Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	91
Lampiran 3 – Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 4 – Tabel Frekuensi Responden.....	96
Lampiran 5– Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Pearson Product Moment, Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis	106