

**TINGKAT KEMENARIKAN KONTEN INFORMASI DAN VISUAL
INSTAGRAM @INDO.FARM TERHADAP MINAT BELI PRODUK
PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @INDO.FARM**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

WILLIAM MUWIRA

180906704

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

TINGKAT KEMENARIKAN KONTEN INFORMASI DAN VISUAL INSTAGRAM @INDO.FARM TERHADAP MINAT BELIPRODUK PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @INDO.FARM

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

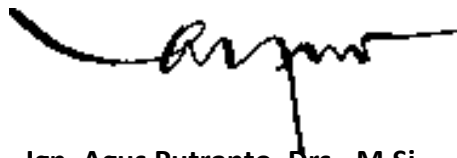
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

WILLIAM MUWIRA

180906704

disetujui oleh :



Ign. Agus Putranto, Drs., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tingkat Kemenarikan Konten Informasi dan Visual Instagram @indo.farm Terhadap Minat Beli Produk Followers Instagram @indo.farm

Penyusun : William Muwira

NPM 180906704

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 28 April 2022

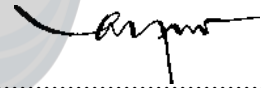
Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Via Zoom

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji II



.....
Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : William Muwira

NPM : 180906704

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Tingkat Kemenarikan Konten Informasi dan Visual Instagram @indo.farm Terhadap Minat Beli Produk pada *Followers* Instagram @indo.farm

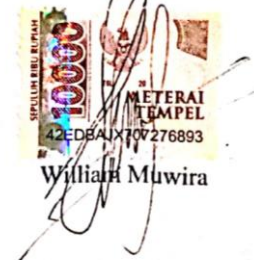
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 11 April 2022

Saya yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
42EDBAJX70V276893
William Muwira

WILIAM MUWIRA

No. Mhs : 180906704 / KOM

**Tingkat Kemenarikan Konten Informasi dan Visual Instagram @indo.farm
Terhadap Minat Beli Produk pada *Followers* Instagram @indo.farm**

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia menjadi faktor utama dilakukannya penelitian ini. Terlebih pada pentingnya memahami bagaimana konten informasi dan visual yang menarik mampu meningkatkan minat beli produk *followers* Instagram @indo.farm. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya tingkat kemenarikan pada konten informasi dan visual Instagram @indo.farm. Penelitian ini juga akan memahami secara lebih mendalam terkait dengan pengaruhnya terhadap minat beli produk pada *followers* Instagram @indo.farm.

Penelitian ini akan menggunakan teori *Uses and Gratification*. *Uses and Gratification* merupakan teori yang membahas tentang bagaimana audiens dalam hal ini bersikap aktif dalam memilih hingga menggunakan media yang ada. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Katz, et al. (dalam West dan Turner, 2007). Pada dasarnya teori ini menekankan pada penggunaan media massa. Akan tetapi, berkembangnya zaman membuat teori ini dapat diadaptasikan pada media sosial, salah satunya Instagram. Penelitian ini pun dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif, yakni melakukan penyebaran kuesioner secara daring. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas, distribusi frekuensi, serta uji regresi linear berganda untuk memahami korelasi antar variabel yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan konten visual lebih menarik daripada konten informasi di Instagram @indo.farm. Meskipun demikian, konten informasi dan visual lebih menarik perhatian *followers* Instagram @indo.farm jika dikelola secara bersamaan di Instagram @indo.farm. Hal ini pun sebanding dengan meningkatnya minat beli produk *followers* Instagram @indo.farm. Terlebih pada mayoritas *followers* aktif merupakan perempuan yang berumur 22 tahun memiliki minat beli produk yang lebih dominan daripada laki-laki.

Kata Kunci: *Uses and Gratification*, Tingkat Kemenarikan, *Followers* Instagram @indo.farm

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tingkat Kemenarikan Konten Informasi dan Visual Instagram @indo.farm Terhadap Minat Beli Produk pada Followers Instagram @indo.farm”.

Adapun skripsi ini disusun agar dapat memenuhi persyaratan akademik untuk pendidikan pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti pun sadar bahwa proses penyusunan skripsi masih memiliki kekurangan dan tidak akan berjalan tanpa dukungan, serta bimbingan dari sejumlah pihak. Peneliti pun ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ign. Agus Putranto, Drs., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,
2. Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A. dan Imanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom selaku Dosen Penguji Skripsi.
3. A. Vita Noor Prima Astuti, S.Pd., M.Hum., PhD. selaku Dosen Pembimbing Akademik,
4. Keluarga, teman terdekat, hingga seluruh civitas akademik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 April 2022



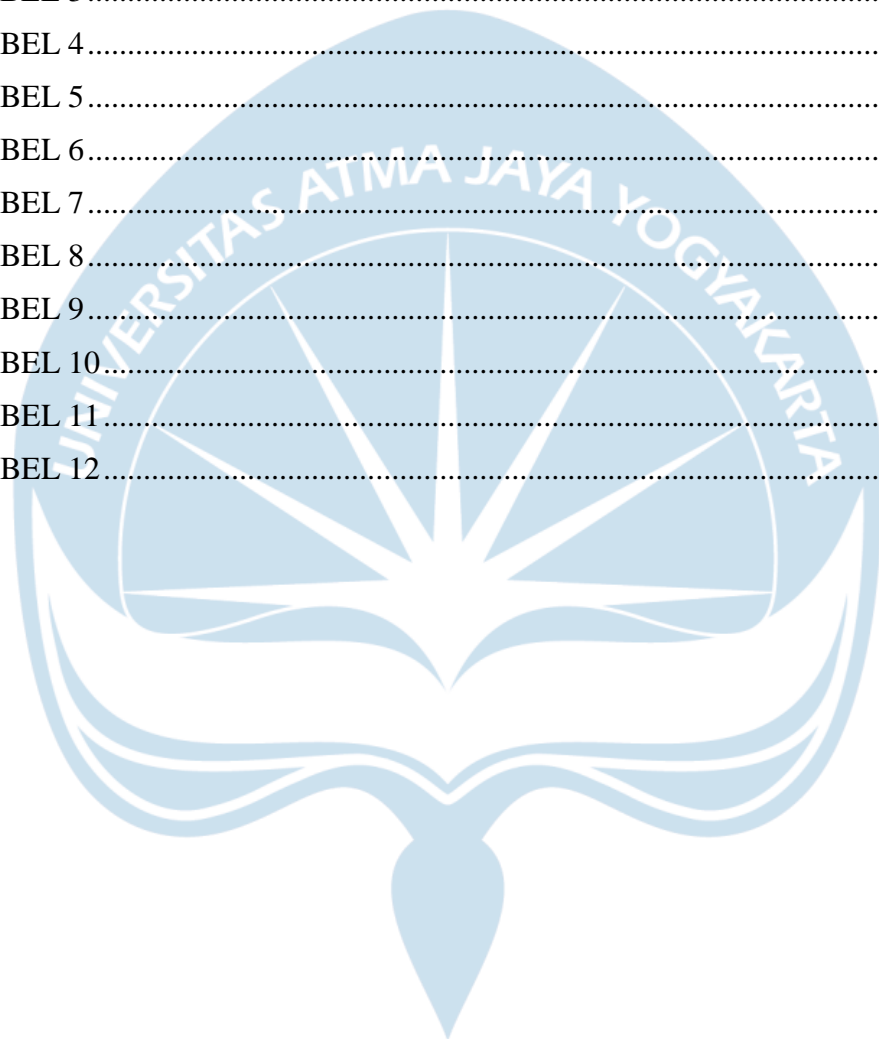
William Muwira

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar TABEL.....	viii
Daftar Bagan	ix
Daftar Lampiran	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	7
3. Tujuan Penelitian	8
4. Manfaat Penelitian	8
5. Kerangka Teori.....	8
6. Kerangka Konsep	23
7. Hipotesis Penelitian.....	28
8. Metodologi Penelitian	29
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....	35
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	38
1. Temuan Data	38
2. Pembahasan.....	51
BAB IV PENUTUP	58
1. Kesimpulan	58
2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

TABEL 1.....	26
TABEL 2.....	38
TABEL 3.....	39
TABEL 4.....	40
TABEL 5.....	43
TABEL 6.....	43
TABEL 7.....	44
TABEL 8.....	45
TABEL 9.....	45
TABEL 10.....	47
TABEL 11.....	49
TABEL 12.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.136
Gambar 2.237
Gambar 2.337



DAFTAR BAGAN

BAGAN 128

