

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM
@FITWITHREALFOODID TERHADAP KETERLIBATAN
KHALAYAK PADA MEDIA SOSIAL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Nadia

0000023426

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM
@FITWITHREALFOODID TERHADAP KETERLIBATAN
KHALAYAK PADA MEDIA SOSIAL**



Skripsi

Nadia

0000023426

UMMN

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,


Nama : Nadia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000023426
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap Keterlibatan Media Sosial merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Maret 2022


(Nadia)

2

Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap Keterlibatan Media Sosial, Nadia,
Universitas Multimedia Nusantara

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid
terhadap Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial

Oleh

Nama : Nadia
NIM : 00000023426
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 21 Maret 2022

Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si.
NIDN 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si
NIDN. 0308117706

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap Keterlibatan Khalayak Pada Media

Sosial

Oleh

Nama : Nadia

NIM : 00000023426

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jum'at, 8 April, 2022

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

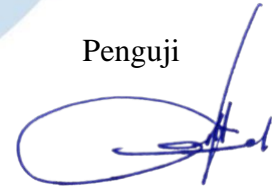
Ketua Sidang



Digitally signed
by Chininta Rizka
Angelia
Date: 2022.04.21
13:50:17 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0320079201

Penguji



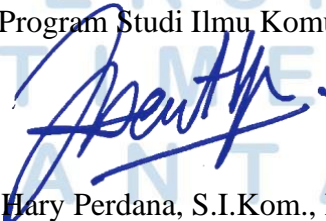
Theresia LV Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si.
NIDN 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN. 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia
NIM : 00000023426
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 21 Maret 2022

Yang menyatakan,



(Nadia)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

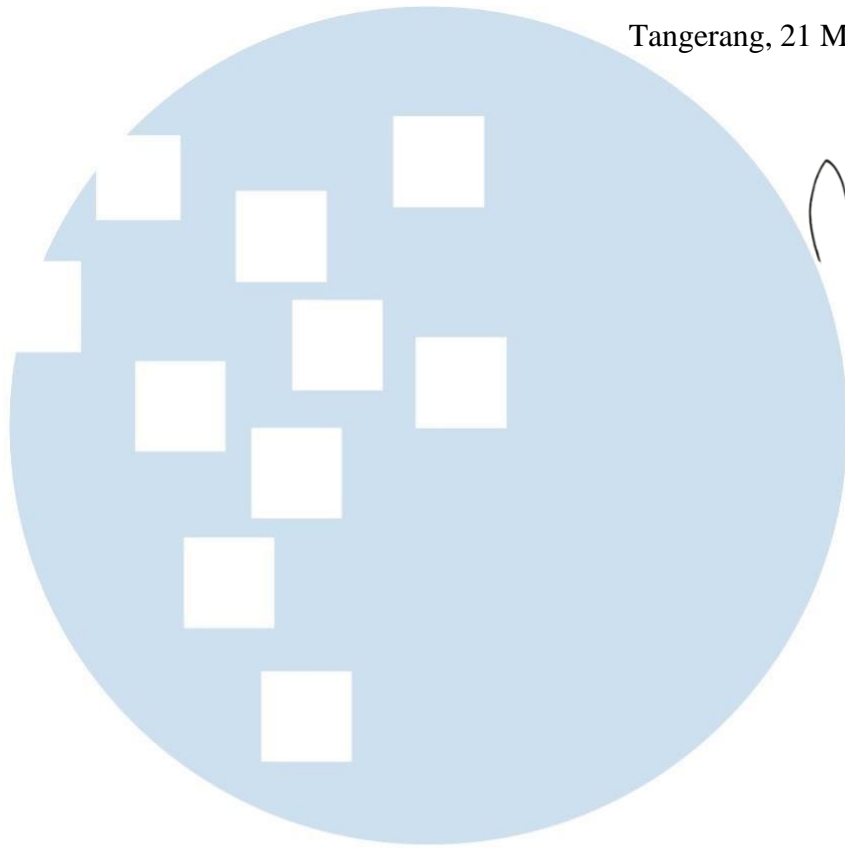
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, atas selesainya penulisan karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @fitwithrealfoodid terhadap Keterlibatan Khalayak pada Media Sosial” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Suami, yang selalu mendukung saya dan membantu menjaga anak kita selama saya mengerjakan skripsi ini.
6. Anakku, Al-Fatih yang selalu membawa kebahagiaan.
7. Keluarga, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sonya, Ester, Cristi, Eilien, Evi, Okta, Cher, Chow, yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
9. Semua orang yang selalu mendukung dan turut mendoakan saya bisa sampai ada di tahap ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 21 Maret 2022



Nadia

(Nadia)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM
@FITWITHREALFOODID TERHADAP KETERLIBATAN
KHALAYAK PADA MEDIA SOSIAL

(Nadia)

ABSTRAK

Realfood memanfaatkan pemasaran melalui *platform* media sosial Instagram dengan membuat konten-konten yang kreatif dan inovatif melalui konten Instagram dalam bentuk gambar, video, dan *caption* yang menarik dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan khalayak pada media sosialnya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan bersifat eksplanatif dengan metode penelitian survei melalui penyebaran kuesioner kepada 233 responden dari *followers* Instagram @fitwithrealfoodid. Analisis data yang digunakan yaitu uji regresi linear sederhana. Dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa konten Instagram @fitwithrealfoodid memiliki kontribusi sebesar 14,5% terhadap keterlibatan khalayak pada media sosialnya. Dapat dikatakan bahwa efektivitas strategi pesan melalui konten Instagram @fitwithrealfoodid masih tergolong rendah terhadap keterlibatan khalayak pada media sosialnya. Sehingga hasil temuan yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu Fit With Realfood harus membuat konten Instagram yang dapat menarik perhatian khalayak untuk berinteraksi di akun tersebut, salah satunya dengan membuat *polling* di Instagram *story* yang berisi pertanyaan-pertanyaan menarik, membuat *giveaway* agar khalayak terlibat dengan kegiatan di dalam akun tersebut dengan cara memberikan komentar, tag ke teman, dan *share* momen tersebut di media sosialnya.

Kata kunci: *Instagram Content, Social Media Engagement, Social JudgmentTheory*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***The Effect of @fitwithrealfoodid Instagram Content on
Social Media Public Engagement***

(Nadia)

ABSTRACT (English)

Realfood utilizes marketing through the Instagram social media platform by creating creative and innovative content through Instagram content in the form of attractive images, videos, and captions with the aim of increasing audience engagement on social media. This research is a quantitative and explanatory research with a survey research method through distributing questionnaires to 233 respondents from Instagram followers @fitwithrealfoodid. Analysis of the data used is a simple linear regression test. From the research conducted, it was found that Instagram content contributed 14.5% to audience engagement on social media @fitwithrealfoodid. It can be said that the effectiveness of the message strategy through @fitwithrealfoodid's Instagram content is still low on audience engagement on social media. So that the findings obtained in this study are that Fit With Realfood must create Instagram content that can attract the attention of the audience to interact on the account, one of which is by creating a poll on Instagram stories containing interesting questions, creating a giveaway so that the audience is involved with activities on the site. in the account by commenting, tagging friends, and sharing the moment on their social media.

Keywords: *Instagram Content, Social Media Engagement, Social Judgment Theory*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xi v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	10
2.1 Peneliti Terdahulu	10
2.2 Teori dan Konsep	16
2.2.1 <i>Social Judgment Theory</i>	16
2.2.2 Konten Instagram	17
2.2.3 Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Teoritis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24

3.1 Pendekatan dan Sifat Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Operasional Variabel	27
3.4.1 Operasional Variabel X Konten Instagram	27
3.4.2 Operasional Variabel Y Keterlibatan Khayalak Pada Media Sosial	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Pengukuran Data	37
3.6.1 Uji Validitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Akun Instagram @fitwthrealfoodid	43
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Karakteristik Responden	46
4.2.2 Konten Instagram	48
4.2.3 Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial	57
4.2.4 Uji Hipotesis	67
4.2.5 Pembahasan	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran	75
5.2.1 Saran Akademis	75
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	13
Tabel 2.2 Tujuan dan Strategi Pesan dari Respon	18
Tabel 3.1 Kategori Penarikan Sampel	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel Konten Instagram	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial	32
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia Responden	47
Tabel 4.3 Dimensi <i>Informational</i>	48
Tabel 4.4 Dimensi <i>Credibility</i>	50
Tabel 4.5 Dimensi <i>Emotion</i>	51
Tabel 4.6 Dimensi <i>Association</i>	53
Tabel 4.7 Dimensi <i>Lifestyle</i>	54
Tabel 4.8 Dimensi <i>Incentive</i>	56
Tabel 4.9 Dimensi <i>Interactive</i>	57
Tabel 4.10 Dimensi <i>Entertainment</i>	58
Tabel 4.11 Dimensi <i>Pastime</i>	59
Tabel 4.12 Dimensi <i>Stimulation Identification</i>	61
Tabel 4.13 Dimensi <i>Social Interaction</i>	62
Tabel 4.14 Dimensi <i>Empowerment</i>	64
Tabel 4.15 Dimensi <i>Practical Use</i>	66
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	67
Tabel 4.17 Tabel ANOVA	68
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	69
Tabel 4.19 Tabel Nilai Koefisien	69
Tabel 4.20 Tabel Uji Hipotesis	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Fit With Realfood	3
Gambar 1.2 Konten Instagram Fit With Realfood	5
Gambar 1.3 Perbandingan <i>Followers</i> Kompetitor Serupa	6
Gambar 1.4 <i>Content Marketing: Brand's Main Goal</i>	7
Gambar 2.1 Kerangka Referensi <i>Social Judgment Theory</i>	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Followers Instagram @fitwithrealfoodid Sebagai Populasi	25
Gambar 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Instagram	38
Gambar 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial	38
Gambar 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Konten Instagram	39
Gambar 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Keterlibatan Khalayak Pada Media Sosial	40
Gambar 4.1 Akun Instagram @fitwithrealfoodid	43
Gambar 4.2 Contoh Konten Instagram @fitwithrealfoodid	44
Gambar 4.3 Contoh Konten Interaktif @fitwithrealfoodid	45

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Draft Kuesioner	81
Lampiran 2 - Data Responden	90
Lampiran 3 - Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X	95
Lampiran 4 - Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Y	100
Lampiran 5 - Formulir Konsultasi Skripsi/ Tugas Akhir	106
Lampiran 6 - Hasil Uji Plagiarisme	108
Lampiran 7 - <i>Curriculum Vitae</i>	

