

**EFEKTIVITAS *INSTAGRAM TELEVISION* (IGTV)
CHANNEL @INSTAFILM.ID SEBAGAI MEDIA
INFORMASI FILM HOROR DALAM MEMENUHI
KEPUASAN HIBURAN *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Oleh:
Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi
201610415181



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Efektivitas *Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id* Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan *Followers*

Nama Mahasiswa : Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415181

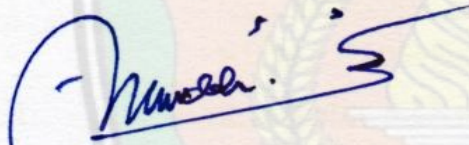
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Mei 2021

Jakarta, 21 Mei 2021

MENYETUJUI

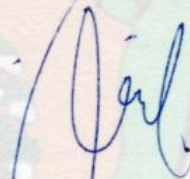
Pembimbing I



Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN 0328056508

Pembimbing II



Novrian, S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0309097603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : Efektivitas *Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id* Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan *Followers*

Nama Mahasiswa : Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415181

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Mei 2021

Jakarta, 21 Mei 2021

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0318087603

Penguji I : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN 0328056508

Penguji II : Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN 0310068902

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

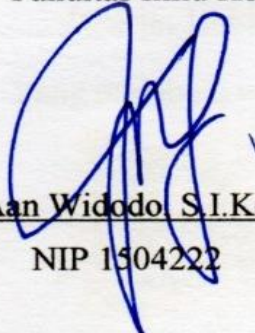


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Efektivitas *Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id* Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan *Followers*”.

Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 18 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,



Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi
201610415181

ABSTRAK

Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi. 201610415181. Efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan *Followers*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id sebagai media informasi film horor dalam memenuhi kepuasan hiburan *followers*. Analisis ini menggunakan variabel *independen* yaitu efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id sedangkan untuk variabel *dependent* yaitu kepuasan hiburan *followers*. Sampel pada penelitian ini yaitu *followers* @instafilm.id yang berjumlah 100 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah teknik analisis regresi linier sederhana, uji T (koefisien korelasi) dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id memiliki 3 dimensi yaitu kuantitas sebesar 86,7% , kualitas sebesar 85,8% dan waktu sebesar 88,7% yang tergolong dalam kategori sangat efektif. 2) kepuasan hiburan *followers* memiliki 5 dimensi yaitu harapan sebesar 97,1% , kinerja sebesar 86,9% , perbandingan sebesar 88% , pengalaman sebesar 88,9% dan konfirmasi & diskonfirmasi sebesar 88,9% yang tergolong dalam kategori sangat puas. 3) hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan hiburan *followers*. Persamaan adalah $Y = 13,668 + 0,887X$. Data diolah telah menunjukkan hasil dari nilai (r) sebesar 0,719 yang menyatakan adanya hubungan positif yang kuat. Uji hipotesis menunjukkan terdapat hubungan efektivitas *Instagram Television* (IGTV) Channel @instafilm.id sebagai media informasi film horor dalam memenuhi kepuasan hiburan *followers* dengan taraf signifikansi 0,200.

Kata Kunci: Efektivitas, *Instagram Television* (IGTV), Kepuasan Hiburan

ABSTRACT

Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi. 201610415181. Effectiveness of Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id As a Horror Movie Information Media In Fulfilling The Satisfaction of Entertainment Followers.

This study aims to find out how much effectiveness Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id As a Media Information Horror Movies In Fulfilling The Satisfaction of Entertainment Followers. This analysis uses independent variables namely the effectiveness of Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id while for dependent variables that is the satisfaction of entertainment followers. The sample in this study was @instafilm.id followers of 100 respondents. The data collection in this study was conducted using questionnaires. The analytical techniques used for hypothesis testing are simple linear regression analysis techniques, T-tests (correlation coefficients) and determination coefficient tests. The results showed that: 1) the effectiveness of Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id has 3 dimensions namely quantity of 86.7% , quality of 85.8% and time of 88.7% which belongs to the category is very effective. 2) entertainment satisfaction followers have 5 dimensions namely expectations of 97.1% , performance of 86.9% , comparison of 88% , experience of 88.9% and confirmation & confirmation of 88.9% which belongs to the category of very satisfied. 3) the results of the analysis showed that the effectiveness of Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id has a positive and significant relationship with the satisfaction of entertainment followers. The equation is $Y = 13.668 + 0.887X$. The processed data has shown the result of a value (r) of 0.719 which indicates a strong positive relationship. Hypothesis test shows there is a relationship of effectiveness Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id as a medium of information horror movies in fulfilling the satisfaction of entertainment followers with a level of significance 0.200.

Keywords: *Effectiveness, Instagram Television (IGTV), Entertainment Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan kasih sayang-Nya. Atas perjuangan yang tak kenal menyerah serta diiringi dengan doa maka skripsi yang berjudul **"Efektivitas Instagram Television (IGTV) Channel @instafilm.id Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan Followers"** dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Selain itu, untuk mengetahui lebih dalam seberapa besar efektivitas Instagram Television (IGTV) channel @instafilm.id sebagai media informasi film horor dalam memenuhi kepuasan hiburan *followers*.

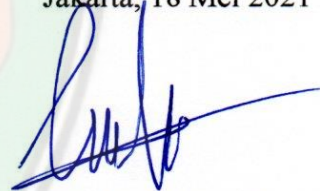
Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas motivasi, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada Tuhan Yang Maha Esa, kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan perhatian, kasih sayang dan semangat serta bantuan dari segi moril maupun materil. Selain itu, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Titis Nurwulan S.Sos, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang selalu memberikan saran dan masukkan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi yang dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Novrian, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang selalu memberikan saran dan masukkan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi yang dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Tim Penguji, yang membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian.

8. Bapak Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Penguji II sangat membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian.
9. Seluruh dosen – dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang telah mengajarkan banyak hal dan memberikan masukan selama penelitian.
10. Seluruh responden *Followers* @instafilm.id yang telah membantu untuk mengumpulkan data dalam penelitian.
11. Teman-teman kelas 8A4 terimakasih telah memberikan dukungan kerjasama dan motivasi yang kalian berikan.

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Peneliti juga menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna. Atas segala kekurangan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini penulis mohon maaf.

Jakarta, 18 Mei 2021



Elyzabeth Yulita Sinta Mira Dewi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Review Penelitian Sejenis	11
2.2 Tinjauan Teoritik	13
2.2.1 Teori Kepuasan Konsumen	13
2.3 Tinjauan Konseptual.....	14

2.3.1	<i>New Media</i>	14
2.3.2	Efektivitas.....	15
2.3.3	Film	16
2.3.3.1	Jenis Film	16
2.3.4	Film Horor	17
2.3.5	<i>Instagram Television (IGTV)</i>	18
2.3.6	Media Informasi	23
2.3.7	Kepuasan	23
2.4	Kerangka Pemikiran	25
2.5	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel.....	31
3.4	Teknik Sampling.....	31
3.5	Operasionalisasi Variabel	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.8	Hasil Uji Pretest Validitas dan Reliabilitas	38
3.9	Teknik Analisis Data	40
3.10	Teknik Pengujian Hipotesis.....	41
3.10.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.10.2	Uji T (Koefisien Korelasi)	42
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi	43
3.11	Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.11.1	Lokasi Penelitian.....	43
3.11.2	Waktu Penelitian.....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil.....	45
4.1.1 Gambaran Umum <i>Channel @instafilm.id</i>	45
4.1.1.1 Logo Instafilm	46
4.1.2 Gambaran Umum <i>Instagram Television (IGTV)</i>	46
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	50
4.3.1 Deskriptif Statistik Variabel <i>Independent X</i>	50
4.3.2 Deskriptif Statistik Variabel <i>Dependent Y</i>	66
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian	83
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	84
4.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	84
4.5.2 Uji T (Koefisien Korelasi).....	86
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	88
4.6 Pembahasan	89
4.6.1 Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori yang Digunakan	90
4.6.2 Efektivitas <i>Instagram Television (IGTV) Channel</i> @instafilm.id Sebagai Media Informasi Film Horor Dalam Memenuhi Kepuasan Hiburan <i>Followers</i>	91
BAB VPENUTUP	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	120
5.2.1 Saran Bagi Pihak <i>Instagram Television (IGTV)</i>	120
5.2.2 Saran Bagi <i>Channel @instafilm.id</i>	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tampilan Beranda <i>Instagram Television</i> (IGTV)	3
Gambar 1.2 Tampilan Beranda IGTV dan Youtube Insta Film	4
Gambar 2.1 Fitur <i>Instagram Television</i> (IGTV) pada Instagram	18
Gambar 2.2 Tampilan Beranda <i>Instagram Television</i> (IGTV)	19
Gambar 2.3 Tampilan Vertikal dan Horizontal IGTV	20
Gambar 2.4 Tampilan Komentar <i>Instagram Television</i> (IGTV)	21
Gambar 2.5 Tampilan <i>Direct Instagram Television</i> (IGTV)	21
Gambar 2.6 Tampilan Selanjutnya <i>Instagram Television</i> (IGTV).....	22
Gambar 4.1 Logo Instafilm	46



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Izin Penelitian
LAMPIRAN 3	: Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 4	: Proses Penyebaran Kuesioner
LAMPIRAN 5	: Data Responden <i>Followers</i> @instafilm.id (Pre-Test)
LAMPIRAN 6	: Data Tabulasi Variabel X (Pre-Test)
LAMPIRAN 7	: Data Tabulasi Variabel X (Pre-Test)
LAMPIRAN 8	: Uji Tabulasi Variabel X (Pre-Test)
LAMPIRAN 9	: Uji Tabulasi Variabel Y (Pre-Test)
LAMPIRAN 10	: Uji Reliabilitas (Pre-Test)
LAMPIRAN 11	: Data Responden <i>Followes</i> @instafilm.id (Post-Test)
LAMPIRAN 12	: Data Tabulasi Responden Variabel X (Post-Test)
LAMPIRAN 13	: Data Tabulasi Responden Variabel Y (Post-Test)
LAMPIRAN 14	: Uji Validitas Variabel X (Post-Test)
LAMPIRAN 15	: Uji Validitas Variabel Y (Post-Test)
LAMPIRAN 16	: Uji Reliabilitas (Post-Test)
LAMPIRAN 17	: Mean, Standar Deviasi, & Varians Variabel X (Post-Test)
LAMPIRAN 18	: Mean, Standar Deviasi, & Varians Variabel Y (Post-Test)
LAMPIRAN 19	: Frekuensi Tabel Karakteristik
LAMPIRAN 20	: Frekuensi Tabel Pernyataan Variabel X
LAMPIRAN 21	: Frekuensi Tabel Pernyataan Variabel Y
LAMPIRAN 22	: Hasil Uji Normalitas
LAMPIRAN 23	: Tabel Anova

- LAMPIRAN 24 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
- LAMPIRAN 25 : Tabel Nilai – Nilai r Product Moment dari Pearson
- LAMPIRAN 26 : Tabel Nilai – Nilai T Tabel
- LAMPIRAN 27 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 28 : Form Perbaikan



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Tingkat Penggunaan Platform Media Sosial per Tahun	2
Tabel 1.2 Tingkat Genre Favorit Film Penonton Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 3.3 Uji Pretest Validitas Variabel X.....	38
Tabel 3.4 Uji Pretest Validitas Variabel Y.....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Pretest Reliabilitas Penelitian	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Korelasi Variabel.....	40
Tabel 3.7 Waktu Penelitian	44
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengguna Aktif IGTV	49
Tabel 4.5 Kuantitas Pernyataan 1.....	50
Tabel 4.6 Kuantitas Pernyataan 2.....	51
Tabel 4.7 Kualitas Pernyataan 3.....	52
Tabel 4.8 Kualitas Pernyataan 4.....	53
Tabel 4.9 Kualitas Pernyataan 5.....	54
Tabel 4.10 Kualitas Pernyataan 6.....	55
Tabel 4.11 Kualitas Pernyataan 7.....	56
Tabel 4.12 Kualitas Pernyataan 8.....	57
Tabel 4.13 Kualitas Pernyataan 9.....	58

Tabel 4.14 Kualitas Pernyataan 10.....	59
Tabel 4.15 Kualitas Pernyataan 11.....	60
Tabel 4.16 Kualitas Pernyataan 12.....	61
Tabel 4.17 Kualitas Pernyataan 13.....	62
Tabel 4.18 Waktu Pernyataan 14	63
Tabel 4.19 Waktu Pernyataan 15	64
Tabel 4.20 Waktu Pernyataan 16	65
Tabel 4.21 Statistik dari Variabel X.....	66
Tabel 4.22 Harapan Pernyataan 17	66
Tabel 4.23 Harapan Pernyataan 18	67
Tabel 4.24 Harapan Pernyataan 19	68
Tabel 4.25 Harapan Pernyataan 20	69
Tabel 4.26 Harapan Pernyataan 21	70
Tabel 4.27 Kinerja Pernyataan 22.....	71
Tabel 4.28 Kinerja Pernyataan 23.....	72
Tabel 4.29 Kinerja Pernyataan 24.....	73
Tabel 4.30 Kinerja Pernyataan 25.....	74
Tabel 4.31 Perbandingan Pernyataan 26.....	75
Tabel 4.32 Perbandingan Pernyataan 27	76
Tabel 4.33 Pengalaman Pernyataan 28	77
Tabel 4.34 Pengalaman Pernyataan 29	78
Tabel 4.35 Konfirmasi atau Diskonfirmasi Pernyataan 30	79
Tabel 4.36 Konfirmasi atau Diskonfirmasi Pernyataan 31	80
Tabel 4.37 Konfirmasi atau Diskonfirmasi Pernyataan 32	81
Tabel 4.38 Konfirmasi atau Diskonfirmasi Pernyataan 33	82

Tabel 4.39 Statistik dari Variabel Y.....	83
Tabel 4.40 Uji Validitas	83
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.42 Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.43 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	85
Tabel 4.44 Uji T	86
Tabel 4.45 Koefisien Korelasi.....	87
Tabel 4.46 Anova	87
Tabel 4.47 Uji Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.48 Nilai Efektivitas Indikator Kuantitas	93
Tabel 4.49 Nilai Efektivitas Indikator Kualitas	95
Tabel 4.50 Nilai Efektivitas Indikator Waktu	99
Tabel 4.51 Nilai dan Hasil Presentase Dimensi Variabel X	101
Tabel 4.52 Nilai Kepuasan Indikator Harapan.....	102
Tabel 4.53 Nilai Kepuasan Indikator Kinerja	105
Tabel 4.54 Nilai Kepuasan Indikator Perbandingan	108
Tabel 4.55 Nilai Kepuasan Indikator Pengalaman.....	110
Tabel 4.56 Nilai Kepuasan Indikator Konfirmasi dan Diskonfirmasi	113
Tabel 4.57 Nilai dan Hasil Presentase Dimensi Variabel Y	115

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
-----------------------------------	----

