PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @INDONESIANHERITAGEAGENCY TERHADAP MINAT EKSPLORATIF *FOLLOWERS* TENTANG MUSEUM DAN CAGAR BUDAYA

SKRIPSI

Oleh:

Ariyona Nugrahaeni

202110415405

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @INDONESIANHERITAGEAGENCY TERHADAP MINAT EKSPLORATIF *FOLLOWERS* TENTANG MUSEUM DAN CAGAR BUDAYA

SKRIPSI

Oleh:

Ariyona Nugrahaeni

202110415405

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Pengaruh Konten Instagram @indonesianheritageagency Terhadap Minat Eksploratif *Followers* Tentang Museum dan Cagar Budaya
Nama Mahasiswa	: Ariyona Nugrahaeni
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415405
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 19 Mei 2025

Jakarta, 3 Juni 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum

NIDN. 0323057006

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Pengaruh Konten Instagram @indonesianheritageagency Terhadap Minat Eksploratif *Followers* Tentang Museum dan Cagar Budaya
Nama Mahasiswa	:	Ariyona Nugrahaeni
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415405
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	19 Mei 2025

Jakarta, 3 Juni 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun NIDN. 0303098405	.....
Penguji	: Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum NIDN. 0323057006	.....
Sekretaris Penguji	: Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par NIDN. 0310068902	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Konten Instagram @indonesianheritageagency Terhadap Minat Eksploratif *Followers* Tentang Museum dan Cagar Budaya 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 difoto copy 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, 3 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Ariyona Nugrahaeni

202110415405

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Ariyona Nugrahaeni. 202110415405. Pengaruh Konten Instagram @indonesianheritageagency Terhadap Minat Eksploratif *Followers* Tentang Museum dan Cagar Budaya.

Indonesian Heritage Agency (IHA) merupakan Badan Layanan Umum di bawah naungan Kementerian Kebudayaan yang mengelola, melestarikan, dan merevitalisasi museum serta cagar budaya nasional. Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh IHA adalah melalui akun Instagram @indonesianheritageagency yang menyajikan konten yang edukatif dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh konten Instagram @indonesianheritageagency terhadap minat eksploratif *followers* tentang museum dan cagar budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Data diperoleh dari responden yaitu *followers* akun Instagram @indonesianheritageagency sebanyak 99 *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram @indonesianheritageagency memiliki pengaruh signifikan terhadap minat eksploratif *followers*, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 52,1%. Uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung 10,266 > t tabel 1,984 dengan signifikansi 0,000 yang berarti konten Instagram berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat eksploratif *followers*.

Kata kunci: Konten Instagram, Minat Eksploratif, Museum, Cagar budaya.

ABSTRACT

Ariyona Nugrahaeni. 202110415405. *The Influence of Instagram Content @indonesianheritageagency on Followers Exploratory Interest in Museum and Cultural Heritage*.

Indonesian Heritage Agency (IHA) is a Public Service Agency under the Ministry of Culture that manages, preserves, and revitalizes national museums and cultural heritage sites. One of the communication channels used by IHA is the Instagram account @indonesianheritageagency, which provides educational and interactive content. This study aims to examine the influence of Instagram content from @indonesianheritageagency on the exploratory interest of followers regarding museums and cultural heritage. The method used in this research is quantitative with a survey research design. The sampling technique applied is purposive sampling. Data were collected from 99 followers of the Instagram account @indonesianheritageagency. The results indicate that the Instagram content significantly influences the followers' exploratory interest, with a coefficient of determination (R^2) of 52.1%. Hypothesis testing shows a t-count value of 10.266 > t-table 1.984 with a significance of 0.000, meaning the Instagram content has a positive and significant effect on the followers' exploratory interest.

Keywords: Instagram Content, Exploratory Interest, Museum, Cultural Heritage.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Konten Instagram @indonesianheritageagency Terhadap Minat Eksploratif *Followers* Tentang Museum dan Cagar Budaya" dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Tentunya skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan dan doa dari pihak-pihak yang terlibat. Untuk itu penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada kedua Orang Tua, Ibu Rusmini dan Bapak Suyono. Terima kasih atas segala bentuk kasih sayang dan dukungan, baik secara moral, material, maupun doa yang terus-menerus diberikan kepada penulis. Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa), selaku Rektor, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, serta kepada seluruh staf akademik yang berperan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Amara Dwi Oktaviani dan Tiara Rosemerry, selaku teman seperjuangan penulis dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas semua dukungan dan semangat yang tiada henti yang telah diberikan untuk penulis.

Penulis menyadari, skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga masukan-masukan dari pembaca sangat bermanfaat demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu di bidang Komunikasi.

Jakarta, 3 Juni 2025

Penulis,



Ariyona Nugrahaeni

202110415405

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR BAGAN xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 9
1.3 Rumusan Masalah 9
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat Teoretis 10
1.5.2 Manfaat Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Tinjauan Konseptual 14
2.2.1 Komunikasi 14
2.2.2 Komunikasi Digital 16
2.2.3 Media Baru (*New Media*) 17
2.2.4 Media Sosial 18
2.2.5 Instagram 19
2.2.6 Konten Instagram 21

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.7 *Social Media Marketing* 23
2.2.8 *Heritage* (Museum dan Cagar Budaya) 23
2.2.9 Minat Eksploratif 24
2.3 Tinjauan Teoretis 25
2.3.1 Teori *Uses and Effect* 25
2.4 Kerangka Berpikir 27
2.5 Hipotesis 28
BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 29
3.4 Populasi dan Sampel 30
3.4.1 Populasi 30
3.4.2 Sampel 30
3.5 Operasionalisasi Variabel 31
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 33
3.6.1 Uji Validitas 33
3.6.2 Uji Reliabilitas 34
3.7 Teknik Pengumpulan Data 35
3.8 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis 37
3.8.1 Uji Normalitas 37
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana 37
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi 37
3.8.4 Uji T 38
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian 38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Hasil Penelitian 40
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @indonesianheritageagency 40
4.1.2 Karakteristik Responden 41
4.1.3 Hasil Analisis Pernyataan Variabel X dan Y 45
4.1.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel X dan Y 61

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.1.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test* 63
4.1.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Post-Test* 65
4.1.7 Hasil Uji Normalitas 67
4.1.8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana 68
4.1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi 69
4.1.10 Hasil Uji F 69
4.1.11 Hasil Uji T 70
4.2 Pembahasan 70
BAB V PENUTUP 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 77
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 32
Tabel 3. 2 Skala Likert 36
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian 39
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 42
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan 43
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 43
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili 44
Tabel 4. 6 Pernyataan 1 "Saya mengetahui museum yang dikelola oleh Indonesian Heritage Agency" 45
Tabel 4. 7 Pernyataan 2 "Saya mengetahui cagar budaya yang dikelola oleh Indonesian Heritage Agency" 46
Tabel 4. 8 Pernyataan 3 "Konten akun @indonesianheritageagency terkini" 46
Tabel 4. 9 Pernyataan 4 "Konten akun @indonesianheritageagency selalu membahas museum dan cagar budaya" 47
Tabel 4. 10 Pernyataan 5 "Konten akun @indonesianheritageagency menambah pengetahuan" 48
Tabel 4. 11 Pernyataan 6 "Foto, video, dan infografis pada akun @indonesianheritageagency memiliki kualitas yang baik" 48
Tabel 4. 12 Pernyataan 7 "Akun @indonesianheritageagency memanfaatkan *feed*, *reels*, dan *story* dalam menyampaikan informasi" 49
Tabel 4. 13 Pernyataan 8 "Informasi konten akun @indonesianheritageagency dapat dipahami" 50
Tabel 4. 14 Pernyataan 9 "Informasi di akun @indonesianheritageagency mudah diakses" 50

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Tabel 4. 15 Pernyataan 10 “Pihak akun Instagram @indonesianheritageagency menanggapi pertanyaan atau masukan yang saya berikan melalui komentar atau *direct message*” 51
Tabel 4. 16 Pernyataan 11 “Akun @indonesianheritageagency selalu menggunakan *hashtag* dan *mention* dalam kontennya” 52
Tabel 4. 17 Pernyataan 12 “Akun @indonesianheritageagency menggunakan fitur kolaborasi (*collaborator*) untuk bekerja sama dengan akun lain” 52
Tabel 4. 18 Pernyataan 13 “Akun @indonesianheritageagency mengajak *followers* untuk berpartisipasi dalam kegiatan atau program terkait museum dan cagar budaya”..... 53
Tabel 4. 19 Pernyataan 14 “Saya mengikuti IG *live* yang diadakan akun @indonesianheritageagency” 54
Tabel 4. 20 Pernyataan 15 “Saya melihat akun @indonesianheritageagency mengadakan *polling* dan kuis” 54
Tabel 4. 21 Pernyataan 16 “Saya melihat akun @indonesianheritageagency melakukan *repost* IG *story* atau *feed* dari *followers*” 55
Tabel 4. 22 Pernyataan 17 “Saya menyalakan notifikasi untuk akun Instagram @indonesianheritageagency” 56
Tabel 4. 23 Pernyataan 18 “Saya selalu memberikan *like* pada setiap postingan” 57
Tabel 4. 24 Pernyataan 19 “Saya selalu memberikan komentar pada setiap postingan”..... 57
Tabel 4. 25 Pernyataan 20 “Saya mengunjungi akun Instagram @indonesianheritageagency ketika akan mencari informasi tentang museum dan cagar budaya”..... 58
Tabel 4. 26 Pernyataan 21 “Saya akan mencari informasi lebih lanjut dengan mengunjungi media sosial atau situs website secara spesifik pada museum dan cagar budaya di bawah naungan Indonesian Heritage Agency” 59
Tabel 4. 27 Pernyataan 22 “Konten di akun @indonesianheritageagency membuat saya selalu ingin tahu informasi mengenai museum dan cagar budaya” 60

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Tabel 4. 28 Pernyataan 23 “Setelah melihat konten di akun @indonesianheritageagency, saya tertarik untuk mengetahui kegiatan atau program yang diselenggarakan oleh Indonesian Heritage Agency” 60
Tabel 4. 29 Statistik Deskriptif Variabel X 61
Tabel 4. 30 Statistik Deskriptif Variabel Y 63
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* 64
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* 65
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas *Post-Test* 65
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas *Post-Test* 66
Tabel 4. 35 Hasil Uji Normalitas 67
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana 68
Tabel 4. 37 Hasil Uji Koefisien Determinasi 69
Tabel 4. 38 Hasil Uji F 69
Tabel 4. 39 Hasil Uji T 70

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2024..... 1
Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2
Gambar 1. 3 Akun Instagram @indonesianheritageagency 6
Gambar 1. 4 Konten di Akun Instagram @indonesianheritageagency 7
Gambar 4. 1 Akun Instagram @indonesianheritageagency 40
Gambar 4. 2 Informasi Akun Instagram @indonesianheritageagency 41

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir 27

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 4 : Data Responden *Pre-test*

Lampiran 5 : Data Tabulasi *Pre-test*

Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-test*

Lampiran 7 : Data Responden *Post-test*

Lampiran 8 : Tabel Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 9 : Tabel Frekuensi Pernyataan Variabel X dan Y

Lampiran 10 : Tabel Statistik Deskriptif Variabel X dan Y

Lampiran 11 : Data Tabulasi *Post-test*

Lampiran 12 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Post-test*

Lampiran 13 : Output dari *Software* SPSS

Lampiran 14 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 15 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

Pengaruh Konten.., Ariyona Nugrahaeni, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025