

**HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@KDRAMANEWS.ID TERHADAP KEPUASAN INFORMASI DAN
KEPUTUSAN MENONTON DRAMA KOREA PADA *FOLLOWERS***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana
Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:

Amelia Berliana Nurrengganis

NIM: 32802100018

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Berliana Nurrengganis

NIM : 32802100018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@KDRAMANEWS.ID TERHADAP KEPUASAN INFORMASI DAN
KEPUTUSAN MENONTON DRAMA KOREA PADA FOLLOWERS**

Adalah benar-benar murni hasil penelitian dan karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain atau jiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya saya sendiri atau hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 14 Februari 2025



Amelia Berliana Nurrengganis

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram
@kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi dan
Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers*.

Nama : Amelia Berliana Nurrengganis

NIM : 32802100018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat Menyelesaikan Pendidikan Starta 1

Semarang, 14 Februari 2025



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers*

Nama Mahasiswa : Amelia Berliana Nurrengganis

NIM : 32802100018

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Dinyatakan sah dan telah lulus dalam ujian skripsi Pendidikan starta-1

Semarang, 14 Februari 2025

Penulis,



Amelia Berliana Nurrengganis

32802100018

Dosen Penguji:

1. Trimannah, S.Sos., M.Si
NIK. 211109008

2. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si
NIK. 211108001

3. Iky Putri Aristhya, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 211121020



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimannah, S.Sos., M.Si
NIK. 211109008

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Berliana Nurrengganis

NIM : 32802100018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers*

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 14 Februari 2025

Yang menyatakan,




(Amelia Berliana Nurrengganis)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(QS. Al Insyirah: 5-6)

It will pass, everything you've gone through it will pass

-Rachel Vennya

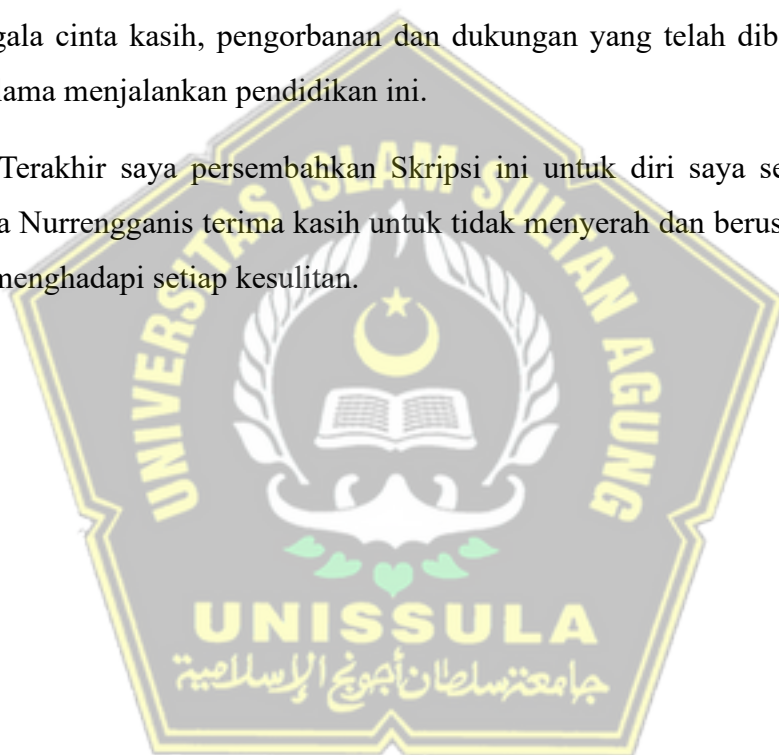


HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilalamin, dengan penuh rasa syukur penulisan Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak Nursidik yang selalu memberikan doa terbaik untuk setiap langkah perjalanan akademik dan hidup saya dan Almarhumah Ibu Sonaah yang telah menjadi sumber cinta, doa, dan inspirasi terbesar dalam hidup saya.

Kemudian kepada kakak saya tercinta Wulan Nursondiah, terima kasih atas segala cinta kasih, pengorbanan dan dukungan yang telah diberikan kepada saya selama menjalankan pendidikan ini.

Terakhir saya persembahkan Skripsi ini untuk diri saya sendiri, Amelia Berliana Nurrengganis terima kasih untuk tidak menyerah dan berusaha maksimal dalam menghadapi setiap kesulitan.



KATA PENGANTAR

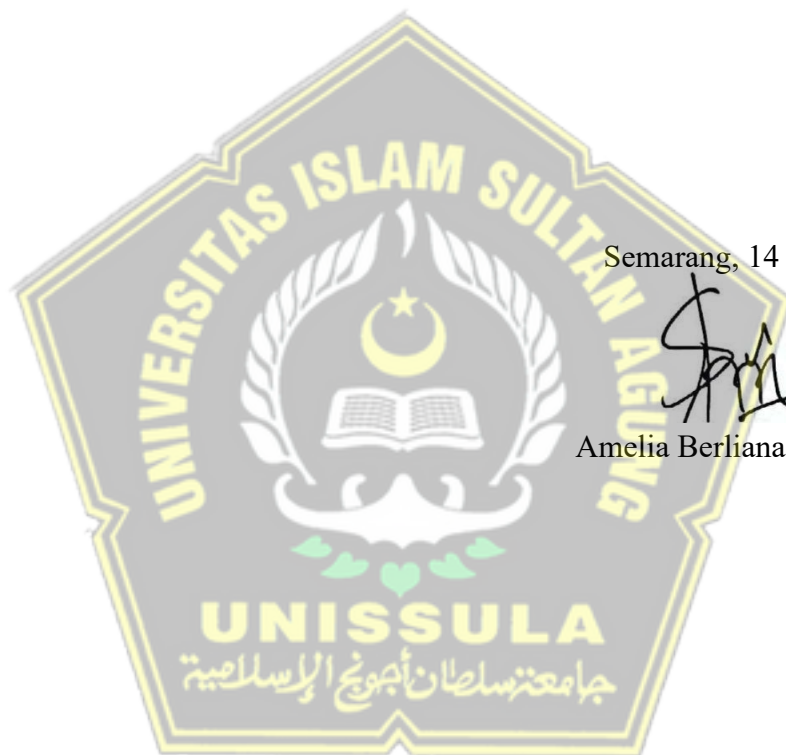
Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @KDRAMANEWS.ID TERHADAP KEPUASAN INFORMASI DAN KEPUTUSAN MENONTON DRAMA KOREA PADA *FOLLOWERS*”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan Program S1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyusunannya, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis selalu sehat selama menyelesaikan Skripsi.
2. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Ibu Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dan memberikan saran terbaik selama proses pengerjaan Skripsi.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.

6. Almarhumah Ibu tercinta, Ibu Sonaah. Betapa berat rasanya ditinggalkan sejak kecil. Meskipun beliau tidak sempat mendampingi setiap langkah perjalanan pendidikan penulis, namun keberadaan beliau akan selalu terasa dalam hati penulis. Skripsi ini penulis persembahkan untuk beliau, karena telah menjadi alasan penulis tetap kuat sehingga pada akhirnya Alhamdulillah penulis bisa berada ditahap ini.
7. Ayah tercinta, Bapak Nursidik, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa terbaik untuk setiap langkah perjalanan akademik dan hidup saya. Terima kasih untuk seluruh kasih sayang yang tiada henti.
8. Kakak kandung penulis, Wulan Nursondiyah. Terima kasih atas segala dukungan, kerja keras, dan keikhlasannya dalam membantu penulis meraih pendidikan ini. Semoga Allah membalas segala kebaikan dengan kebahagiaan dan keberkahan yang tiada batas.
9. Seluruh keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan dalam setiap proses perjuangan penulis.
10. Sahabat penulis, Adinda Zakia, Az-Zahra Nur Maulida dan Anggita Dwi Puspitasari, terima kasih atas segala dukungan, semangat, dan kebersamaan yang selalu menguatkan. Kehadiran kalian membuat perjalanan penulis lebih bermakna.
11. Teman saya, Lutvi Tanugrani, Inka Regita Ariyani, Fina Fadhilatul Muna, terima kasih telah membantu, mendukung, dan menemani penulis dengan tulus dalam proses perkuliahan selama ini.

12. Terakhir kepada diri saya sendiri, Amelia Berliana Nurrengganis, terima kasih untuk tidak menyerah dan selalu berusaha melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis akan dengan senang hati menerima kritik dan saran, penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, terima kasih.



Semarang, 14 Februari 2025

Amelia Berliana Nurrengganis

ABSTRAK

Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada Followers

Amelia Berliana Nurrengganis

32802100018

Penelitian ini berangkat dari pesatnya kemajuan teknologi dan internet, yang berkontribusi pada munculnya media sosial sebagai sarana pertukaran informasi secara cepat. Instagram, sebagai salah satu platform yang banyak digunakan, memungkinkan penyebaran konten secara luas. Akun @kdramanews.id hadir sebagai sumber informasi mengenai drama Korea, yang popularitasnya telah merambah ke berbagai negara. Tingginya minat terhadap drama Korea menjadikannya sebagai medium potensial dalam memperkenalkan serta mempromosikan budaya dan keberagaman Korea Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id dengan kepuasan informasi yang diperoleh followers, serta pengaruhnya terhadap keputusan menonton drama Korea. Mengacu pada Teori S-O-R, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivis dan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang diisi oleh 100 responden, yang merupakan followers akun @kdramanews.id, dengan teknik purposive sampling.

Hasil analisis menggunakan uji Korelasi Rank Spearman menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan pada intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id (X) terhadap kepuasan informasi pada followers (Y1) dengan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$) serta korelasi senilai 0,427, yang termasuk dalam kategori hubungan sedang (*moderate correlation*). Selain itu, ditemukan hubungan signifikan pada intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id (X) terhadap keputusan menonton drama Korea pada followers (Y2) yang mempunyai nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$) serta korelasi senilai 0,448, yang juga menunjukkan hubungan sedang. Dengan demikian, dapat diartikan ketika intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id (X) meningkat, kepuasan informasi (Y1) dan keputusan menonton drama Korea (Y2) juga meningkat. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada responden yang terbatas, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian berikutnya diberikan saran dalam memperluas jumlah sampel serta mempertimbangkan faktor lain yang bisa memberikan dampak kepuasan informasi dan keputusan menonton drama Korea, misalnya keterlibatan audiens atau jenis konten yang disajikan.

Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Kepuasan Informasi, Instagram, Keputusan Menonton, Media Baru

ABSTRAC

The Relationship Between the Intensity of Accessing the Instagram Account @kdramanews.id and Followers' Information Satisfaction and Decision to Watch Korean Dramas

Amelia Berliana Nurrengganis

32802100018

This research is based on the rapid development of technology and the internet, which has led to the emergence of social media as a fast information exchange platform. Instagram, one of the most popular social media platforms, enables the widespread sharing of content. The @kdramanews.id account serves as a platform that provides information about Korean dramas. The popularity of Korean dramas has reached international audiences, and with their widespread recognition, they can be used as a medium to promote and introduce the culture and diversity of South Korea. The purpose of this study is to determine the relationship between the intensity of accessing the Instagram account @kdramanews.id and information satisfaction among its followers, as well as to examine the relationship between the intensity of accessing the account and followers' decisions to watch Korean dramas. This study applies the S-O-R Theory and employs a quantitative research approach using a positivist paradigm and a survey method. Data were collected from 100 respondents, who are followers of the @kdramanews.id account, through an online questionnaire using a purposive sampling technique.

The research findings through the Spearman Rank Correlation test indicate a positive and significant relationship between the intensity of accessing the Instagram account @kdramanews.id (X) and followers' information satisfaction (Y1), with a significance value of 0.001 (<0.05) and a correlation coefficient of 0.427, which falls within the moderate correlation category. Additionally, there is a significant relationship between the intensity of accessing the Instagram account @kdramanews.id (X) and the decision to watch Korean dramas among followers (Y2), with a significance value of 0.001 (<0.05) and a correlation coefficient of 0.448, also indicating a moderate correlation. Thus, it can be interpreted that as the intensity of accessing the Instagram account @kdramanews.id (X) increases, information satisfaction (Y1) and the decision to watch Korean dramas (Y2) also increase. This study has limitations in terms of the number of respondents, which were restricted to followers of the Instagram account @kdramanews.id, making the findings not yet generalizable on a broader scale. Therefore, future research is recommended to expand the sample size and consider other factors that may influence information satisfaction and viewing decisions, such as audience engagement or the type of content presented.

Keywords : Intensity of Access, Information Satisfaction, Instagram, Viewing Decision, New Media

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRAC	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.4.3. Manfaat Sosial	9
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1. Paradigma Penelitian.....	9
1.5.2. <i>State of The Art</i>	10
1.5.3. Teori Penelitian	13
1.5.4. Kerangka Penelitian	18
1.6. Hipotesis Penelitian	19
1.7. Definisi Konseptual	20
1.7.1. Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)	21
1.7.2. Kepuasan Informasi (Y1).....	21
1.7.3. Keputusan Menonton (Y2).....	22
1.8. Definisi Operasional	22
1.8.1. Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)	22

1.8.2. Kepuasan Informasi (Y1).....	23
1.8.3. Keputusan Menonton (Y2).....	24
1.9. Metode Penelitian	25
1.9.1. Tipe Penelitian	25
1.9.2. Jenis dan Sumber Data.....	26
1.9.3. Populasi dan Sampel	27
1.9.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
1.9.5. Skala Pengukuran.....	29
1.9.6. Teknik Pengolahan Data	30
1.9.7. Teknik Analisis Data	31
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	35
2.1. GAMBARAN UMUM AKUN @KDRAMANEWS.ID	35
2.2. GAMBARAN UMUM APLIKASI INSTAGRAM.....	39
BAB III SAJIAN HASIL PENELITIAN.....	45
3.1. Karakteristik Responden.....	45
3.2. Deskripsi Variabel Peneltian.....	49
3.2.1. Deskripsi Variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id	49
3.2.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Informasi.....	52
3.2.3. Deskripsi Variabel Keputusan Menonton Drama Korea.....	59
3.3. Interval Kelas.....	68
3.3.2. Interval Kelas Kepuasan Informasi (Y1).....	70
3.3.3. Interval Kelas Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)	71
BAB IV PEMBAHASAN.....	73
4.1. Uji Validitas.....	73
4.2. Uji Reliabilitas	75
4.3. Uji Normalitas.....	76
4.4. Uji Korelasi Rank Spearman.....	78
4.5. Pembahasan.....	81
4.5.1. Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Kepuasan Informasi (Y1).....	81
4.5.2. Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea (Y2).....	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	85

5.3. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024.....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Social	2
Gambar 1.3 Informasi Tidak Akurat	4
Gambar 1.4 Data Perbandingan Akun Instagram @kdramanews.id.....	5
Gambar 1.5 Model Komunikasi S-O-R	14
Gambar 1.6 Bagan Kerangka Penelitian	18
Gambar 2.1 Logo akun Instagram @kdramanres.id.....	36
Gambar 2.2 Konten tentang jadwal tayang drama korea	37
Gambar 2.3 Konten tentang capaian rating.....	38
Gambar 2.4 konten tentang berita terbaru.....	38
Gambar 2.5 Logo Aplikasi Instagram	41



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State of The Art	10
Tabel 1.2 Skala Pengukuran.....	30
Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 3.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 3.4 Persentase pengikut aktif akun Instagram @kdramanews.id.....	47
Tabel 3.5 Presentase jawaban responden atas pertanyaan sudah berapa lama mengikuti akun Instagram @kdramanews.id.....	48
Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X Pernyataan 1.....	49
Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X Pernyataan 2.....	50
Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X Pernyataan 4.....	51
Tabel 3. 9 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 1.....	52
Tabel 3.10 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 2.....	53
Tabel 3.11 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 3.....	54
Tabel 3.12 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 4.....	55
Tabel 3.13 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 5.....	56
Tabel 3.14 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 6.....	57
Tabel 3.15 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 1.....	59
Tabel 3.16 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 2.....	60
Tabel 3.17 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 3.....	61
Tabel 3.18 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 4.....	62
Tabel 3.19 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 5.....	63
Tabel 3.20 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 6.....	64
Tabel 3.21 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 7.....	65
Tabel 3.22 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 8.....	66
Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 9.....	67
Tabel 3.24 Skala Kelas Interval Intensitas Penggunaan Akun Instagram @kdramanews.id	69
Tabel 3.25 Skala Kelas Interval Kepuasan Informasi (Y1).....	70
Tabel 3.26 Skala Kelas Interval Keputusan Menonton Drama Korea (Y2).....	71

Tabel 4.1 Uji Validitas.....	73
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorav-Smirnov X Terhadap Y1	76
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorav-Smirnov X Terhadap Y2	77
Tabel 4.5 Uji Korelasi Rank Spearman Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Kepuasan Informasi (Y1).....	79
Tabel 4.6 Uji Korelasi Rank Spearman Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea (Y2).....	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era industri 4.0, perkembangan teknologi yang berpusat pada *internet of things* tentu memiliki pengaruh besar dan menjadi aspek penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam bidang komunikasi. Hal ini sejalan dengan pandangan McLuhan yang menyatakan, “*Technology has changed the way we communicate*” yang mengindikasikan bahwa teknologi telah mengubah cara manusia berkomunikasi. Selain itu, Ruben dan Steward dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2022) mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana komunikator, baik individu maupun kelompok, dapat menciptakan atau membagikan informasi untuk mencapai pemahaman antara komunikator dan komunikan.

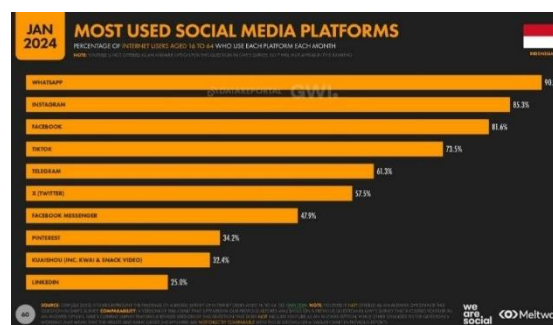
Perkembangan teknologi yang pesat memberikan dampak signifikan, salah satunya ditandai dengan kemunculan internet. Internet berperan sebagai sarana yang mempermudah berbagai aktivitas manusia, terutama dalam bidang komunikasi. Sebagai alat komunikasi, internet memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi kapan saja dan di mana saja (Putri, 2020). Realita ini didukung oleh data dari WeAreSocial yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 185,3 juta, meningkat sebesar +0,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, berdasarkan laporan yang sama, sebanyak 139,0 juta penduduk Indonesia tercatat sebagai pengguna media sosial pada Januari 2024, dari total populasi sebesar 276,4 juta jiwa.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

Sumber: datareportal.com

Keberadaan internet telah mendorong kemunculan berbagai media baru, termasuk media sosial. Media sosial dapat diakses secara mudah dengan perangkat yang terkoneksi ke internet, sehingga memfasilitasi pertukaran serta penyebaran informasi antar manusia secara cepat dan efisien. Kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial menarik untuk masyarakat dalam mempergunakannya, maka media sosial semakin terlihat berpotensi melakukan penggantian peran media konvensional pada penyebarluasan informasi. Media konvensional atau media lama tidak sepenuhnya hilang, tetapi sifat serta karakteristiknya yang sudah dikenal luas pada masyarakat mulai beradaptasi dan melebur ke dalam media baru (Desthania, 2022 :1).



Gambar 1.2 Data Pengguna Social

Sumber: datareportal.com

Berdasarkan data dari We Are Social, Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan persentase pengguna sebesar 85,3% dari total populasi, diikuti oleh Facebook, TikTok, Telegram, dan X (Twitter). Sebagai salah satu media sosial yang populer di era modern, Instagram memiliki berbagai manfaat, salah satunya sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi, baik dalam bentuk berita maupun hiburan (Sanida & Prasetyawati, 2023).

Instagram merupakan platform media sosial yang berperan dalam mendistribusikan berbagai jenis konten yang dapat diakses oleh publik. Awalnya, Instagram berfungsi sebagai media untuk membagikan foto dan video yang dapat dilihat oleh pengguna secara luas. Namun, seiring dengan perkembangan penggunaannya, platform ini kini dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi, termasuk dalam bentuk berita (Desthania, 2022 :1-2). Melalui Instagram, khalayak dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhannya. Saat ini, banyak akun bermunculan di Instagram yang dibuat dengan tujuan khusus untuk mendistribusikan informasi, Salah satu di antaranya adalah akun @kdramanews.id, yang ditujukan bagi penggemar drama Korea dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui media sosial Instagram. Akun ini secara aktif menyajikan konten terkait jadwal tayang, sinopsis, serta perkembangan terbaru dalam industri drama Korea (Larita dkk., 2020) (dalam Sanida & Prasetyawati, 2023).

Popularitas drama Korea telah dikenal luas hingga mancanegara, dengan banyak penonton dari berbagai negara yang tertarik oleh keunikan, kreativitas dalam produksi, serta visualnya. Kepopuleran drama Korea ini dapat dimanfaatkan

sebagai alat untuk mempromosikan dan mengenalkan budaya serta keanekaragaman dari Korea Selatan. Selain itu, drama Korea juga sebagai salah satu wujud hiburan yang menarik untuk individu karena umumnya mengangkat tema-tema yang unik dan bervariasi, seperti thriller, percintaan, persahabatan, maupun keluarga.

Seiring dengan meningkatnya konsumsi informasi seputar drama Korea, fenomena penyebaran hoaks atau informasi yang tidak akurat kebenarannya di media lokal dan akun-akun media sosial tertentu semakin marak terjadi. Menurut (Fujiarti, 2021) dalam penelitian (Damayanti & Prasetyawati, 2023) media sosial menjadi saluran utama penyebaran informasi hoaks saat ini, dengan presentase mencapai 92,40%. Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok berkontribusi sebesar 62,80%, sedangkan aplikasi pesan instan serta situs web masing-masing menyumbang 34,90%.



Gambar 1.3 Informasi Tidak Akurat

Sumber: Instagram.com

Pada gambar 1.3 penyebaran hoaks atau informasi yang tidak akurat kebenarannya terjadi pada akun Instagram @jurnal.soreang, yang membagikan informasi tanpa verifikasi terkait industri hiburan Korea. Informasi yang disajikan oleh akun ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di kalangan penggemar drama Korea. Pada salah satu unggahannya, akun @jurnal.soreang mengabarkan bahwa aktor Lee Min Ho akan bergabung dalam drama *The Penthouse 2*. Namun, tim produksi belum pernah mengeluarkan pernyataan resmi terkait hal tersebut. Penyebaran informasi yang tidak akurat seperti ini berpotensi menyesatkan penggemar dan memengaruhi persepsi mereka terhadap industri hiburan Korea secara keseluruhan. Dalam menghadapi fenomena ini, penggemar drama Korea menjadi lebih intens dalam mengakses sumber informasi yang kredibel untuk memenuhi kepuasan informasi yang mereka butuhkan.



Gambar 1.4 Data Perbandingan Akun Instagram
@kdramanews.id

Sumber: Instagram.com

Pada gambar 1.4 dapat dilihat. akun Instagram @kdramanews.id merupakan salah satu akun yang membagikan informasi seputar drama korea, seperti informasi tentang jadwal tayang, rating, dan informasi seputar aktor aktris Korea. Pengikut (*followers*) akun Instagram @kdramanews.id, tingkat *engagement*, yang terlihat dari jumlah *like*, *comment*, lebih tinggi dibandingkan dengan akun sejenisnya seperti akun Instagram @kdrama_net dan @jurnal.soreang. Selain itu, akun Instagram @kdramanews.id sebagai salah satu sumber informasi yang lebih akurat dan kredibel, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik sekaligus admin dari akun Instagram @kdramanews.id yang menyatakan:

“Sebelum mengunggah informasi di akun kami, kami selalu memastikan keakuratannya dengan mengecek kembali sumber utama. Biasanya, kami mengambil informasi dari media Korea yang kredibel seperti Soompi, Naver, dan Dispatch. Selain itu, juga mengikuti pernyataan resmi dari agensi atau rumah produksi untuk memastikan bahwa berita yang dipublikasikan benar-benar valid”

Dari pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa akun Instagram @kdramanews.id menerapkan proses verifikasi yang ketat dalam menyajikan informasi kepada pengikutnya. Dengan mengandalkan sumber yang kredibel dan pernyataan resmi dari pihak terkait, akun ini berupaya memastikan keakuratan setiap informasi yang dipublikasikan. Hal ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan pengikut serta berkontribusi terhadap kepuasan informasi yang mereka peroleh. Selain itu, proses validasi yang dilakukan juga membedakan akun ini dari akun sejenis yang tidak selalu mengutamakan

keakuratan informasi, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pengikut dalam memilih sumber informasi terkait drama Korea.

Penelitian ini berdasarkan permasalahan terkait adanya penyebaran informasi yang tidak akurat seputar drama Korea, yang mendorong individu untuk lebih selektif dalam memilih sumber informasi yang terpercaya guna mencapai kepuasan terhadap kebutuhan informasinya. Dalam hal ini, akun Instagram @kdramanews.id menjadi salah satu alternatif yang dapat diakses untuk memperoleh informasi yang lebih kredibel, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi dan keputusan menonton drama Korea pada followersnya.

Selain itu, faktor pendukung yang lain adalah layanan streaming berbasis langganan yang menawarkan berbagai drama, film, maupun series dari berbagai negara untuk penggunaannya seperti Netflix, Viu, Disney+, WeTV, Iqiyi, Vidio dan lain sebagainya juga membuat orang memiliki ketertarikan untuk mencari informasi seputar drama korea dan memutuskan untuk menontonnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi pada *followers*?
2. Apakah terdapat korelasi intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap keputusan menonton drama Korea pada *followers*?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi pada *followers*.
2. Untuk mengetahui hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap keputusan menonton drama Korea pada *followers*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan pengetahuan yang lebih mengenai media sosial sebagai sumber informasi untuk pengembangan penelitian sejenis selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis pada temuan ini ialah untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi dan keputusan menonton drama korea pada followers.

1.4.3. Manfaat Sosial

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat luas, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para penggemar drama korea dalam menambah referensi maupun memperoleh informasi baru melalui penelitian ini.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentu membutuhkan pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian serta untuk menentukan langkah-langkah dari keseluruhan pada penelitian tersebut. Pendekatan ini bergantung pada paradigma yang digunakan. Paradigma merujuk pada perspektif fundamental yang menentukan inti dari suatu permasalahan. Paradigma merupakan terminology yang diperkenalkan Kuhn sebagai model pengembangan ilmu pengetahuan. Menurut Ritzer, Paradigma merupakan konsep fundamental yang digunakan para ilmuwan dalam menentukan aspek utama yang harus dikaji dalam suatu disiplin ilmu (Ardial, 2014).

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma positivisme, yang memandang realitas sosial sebagai suatu sistem yang beroperasi berdasarkan hukum alam. Pendekatan ini menekankan signifikansi fakta empiris serta hubungan kausal dalam menganalisis fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan tujuan untuk mengukur hubungan akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi dan keputusan menonton drama Korea pada followers-nya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

1.5.2. *State of The Art*

Tabel 1.1 State of The Art

No	Nama dan Judul Penelitian	Metodologi	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
1	Dzurriyatus Sa'adah (2022) Pengaruh Instagram @Starphonesemarang dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teori konsep pemasaran.	SKRIPSI dari Universitas Islam Sultan Agung, Tahun 2022	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah Instagram dan brand awareness sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk hasil Sig < 5%.
2	Fathiya Cinindita Utari (2023)	Penelitian ini menggunakan	SKRIPSI dari Universitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	Pengaruh Intensitas Mengakses dan Kualitas Informasi Akun Instagram @catatanfilm Terhadap Keputusan Menonton.	n metode penelitian kuantitatif. dengan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 109 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @catatanfilm.	Sriwijaya, Tahun 2023	intensitas mengakses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menonton. Kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menonton. Pengaruh intensitas mengakses dan kualitas informasi terhadap keputusan menonton yaitu sebesar 71,8% yang masuk dalam kategori moderat dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.
3	Isna Kurnia Ulya (2022)	Metode yang digunakan dalam	SKRIPSI dari Universitas Muhammadiyah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Kepuasan Mengakses Informasi Pada Akun @lambeturah_official Selama Pandemi Covid_19.	penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori <i>Uses and Gratification</i> .	h Surakarta, Tahun 2022	intensitas penggunaan instagram terhadap variabel kepuasan pengguna sebesar 3,23. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikatakan hipotesis awal penelitian ini diterima, bahwa terdapat pengaruh intensitas penggunaan instagram terhadap kepuasan pengguna dalam mencari informasi pada akun @lambeturah_official.
---	--	-------------------------	--

Penelitian 1 berjudul “Pengaruh Instagram @Starphonesemarang dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk”. Pembaruan dari penelitian penulis yaitu dari segi objek penelitian. Objek dalam

penelitian tersebut yaitu pada akun Instagram @Starphonesemarang sedangkan objek penelitian penulis pada akun Instagram @kdramanews.id.

Penelitian 2 berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses dan Kualitas Informasi Akun Instagram @catatanfilm Terhadap Keputusan Menonton”. Dalam penelitian tersebut terdapat pembaruan dari penelitian penulis dari segi subjek penelitian. Subjek penelitian ini yaitu followers akun Instagram @catatanfilm sedangkan subjek penelitian penulis yakni followers dari akun @kdramanews.

Penelitian 3 berjudul “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Kepuasan Mengakses Informasi Pada Akun @lambeturah_official Selama Pandemi Covid_19”. Mempunyai pembaruan dari penelitian penulis dari segi variabel. Jika dilihat dari judulnya penelitian tersebut hanya mempunyai 2 hubungan variabel yaitu penggunaan Instagram dan kepuasan mengakses informasi. sedangkan pada penelitian penulis mempunyai 3 hubungan variabel yaitu, akun Instagram @kdramanews.id, kepuasan informasi, dan keputusan menonton.

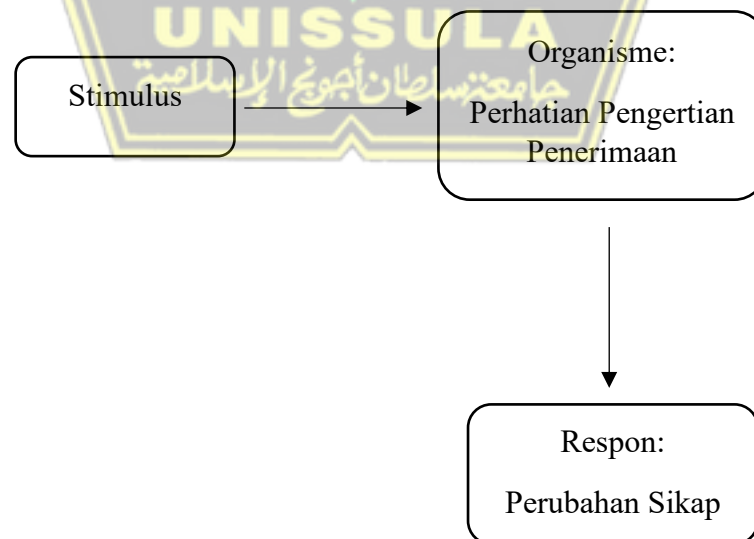
1.5.3. Teori Penelitian

1.5.3.1 Teori *Stimulus Organism Response*

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Asumsi dasar dari teori ini adalah stimulus yang diberikan akan diproses oleh organisme berdasarkan faktor internalnya, seperti pengalaman dan emosi, yang kemudian menghasilkan respons

tertentu sesuai dengan persepsi individu terhadap stimulus tersebut. Dalam konteks komunikasi, stimulus bisa berupa pesan yang diterima individu, organisme adalah individu atau penerima pesan yang memproses informasi, dan respons merupakan reaksi individu terhadap stimulus yang diberikan, baik dalam bentuk perubahan sikap, pemahaman, maupun perilaku (Effendy et al., 2015)

Menurut (Effendy et al., 2015) Model komunikasi S-O-R (Stimulus-Organism-Response) berfokus pada bagaimana pesan yang disampaikan mampu membangkitkan rangsangan pada penerima (komunikan), sehingga pesan dapat diterima dengan cepat dan menghasilkan perubahan dalam sikap maupun perilaku. Model komunikasi ini terdiri dari tiga unsur utama, yaitu pesan sebagai stimulus, komunikan sebagai organisme, dan efek sebagai respons. Hal ini dapat dilihat pada skema sebagai berikut (Effendy et al., 2015):



Gambar 1.5 Model Komunikasi S-O-R

1.5.3.2 Kepuasan Informasi

Kepuasan dapat diartikan sebagai terpenuhinya kebutuhan sesuai dengan harapan individu. Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Raden dkk, 2018), kepuasan didefinisikan sebagai kondisi emosional yang muncul ketika individu mengevaluasi kinerja suatu produk berdasarkan persepsi mereka dan membandingkannya dengan ekspektasi yang telah ditetapkan, yang kemudian menghasilkan perasaan senang atau kecewa. Dalam konteks kepuasan informasi, hal ini mengacu pada sejauh mana individu merasa puas terhadap informasi yang diperoleh dan digunakan dalam pengambilan keputusan. Di era digital saat ini, media menjadi sarana utama dalam memenuhi kebutuhan informasi, terutama dengan kemudahan akses serta tingginya penggunaan media sosial. Hal ini memungkinkan individu untuk memperoleh informasi secara cepat dan efisien, sehingga kepuasan informasi dapat tercapai sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

Menurut MQuail, Blumler dan Brown dalam (Yuli & Maria, 2021) terdapat 4 kategori mengenai kepuasan yang berkaitan dengan media, yaitu:

1. Kepuasan informasi merujuk pada alasan individu dalam memanfaatkan media sebagai upaya pemenuhan kebutuhan akan informasi dari lingkungan sekitarnya.
2. Kepuasan Identitas personal, merujuk pada bagaimana individu memanfaatkan media untuk memperoleh informasi yang memperkuat pemahaman diri, nilai, dan pandangannya. Individu cenderung mencari informasi yang sesuai dengan minat dan keyakinannya guna

menegaskan persepsi diri, sehingga media berperan dalam membentuk serta memperkuat identitas personal mereka.

3. Kepuasan integrasi, yaitu pemanfaatan media untuk memperoleh informasi yang mendukung keterlibatan dan interaksi sosial.
4. Kepuasan hiburan, adalah kepuasan dalam menghibur diri dengan mengisi waktu untuk menyalurkan emosi dengan mengakses media sosial sebagai hiburan.

1.5.3.3 Konsep *New Media*

Konsep *new media* merujuk pada bentuk media berbasis teknologi yang memanfaatkan internet sebagai sarana penyampaian pesan kepada khalayak luas, sekaligus menjadi medium bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan gagasan (Vera, 2016). Media baru ini berorientasi pada format digital yang mendukung interaksi dan pertukaran informasi secara lebih efisien. *New media* memiliki beberapa karakteristik utama, yaitu sebagai sarana hiburan, pemenuhan kebutuhan akan kesenangan, serta sebagai bagian dari pola konsumsi media. Kedua, ini adalah salah satu cara baru untuk menunjukkan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga mengacu pada bentuk relasi baru yang terjalin antara pengguna dan teknologi media. Keempat merepresentasikan hubungan yang berkaitan dengan konstruksi identitas individu, komunitas, serta citra yang terbentuk dalam lingkungan digital. Kelima merujuk pada keterkaitan antara aspek biologis tubuh dengan teknologi media. Selanjutnya, aspek terakhir mencakup berbagai faktor dalam ekosistem media, termasuk

budaya media, industri, sistem ekonomi, aksesibilitas, serta kepemilikan. (Vera, 2016 dalam Sanida & Prasetyawati, 2023: 5-6)

Instagram merupakan salah satu bentuk media baru yang berfungsi sebagai sarana komunikasi berbasis aplikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dalam penggunaannya, Instagram memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten dalam bentuk video dan foto serta dilengkapi dengan berbagai fitur interaksi, seperti komentar, tanda suka, berbagi unggahan, dan pesan langsung (direct message/DM) (Roni & Nuraeni, 202) dalam (Sanida & Prasetyawati, 2023: 6).

1.5.3.4 Keputusan Menonton

Pengambilan keputusan merupakan proses yang dimulai saat seseorang sadar akan suatu masalah atau kebutuhan terhadap yang diinginkan (Andrian, dkk, 2022) Jadi, keputusan menonton dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan individu dalam memutuskan pilihannya untuk menonton drama korea yang akan ditonton. Dalam penelitian ini maka drama korea merupakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengguna Instagram khususnya followers pada akun @kdramanews.id. berdasarkan hal tersebut, maka keputusan menonton dapat diartikan sebagai keputusan membeli. Proses keputusan pembelian menurut Kotler dalam (Andrian, dkk, 2022) terdapat beberapa tahapan diantara lain yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika individu menyadari adanya kebutuhan atau permasalahan yang harus dipenuhi.

2. Pencarian informasi

Saat sudah mengetahui keinginannya seorang individu mulai terdorong untuk mencari informasi terkait kebutuhan atau keinginannya.

3. Evaluasi alternatif

Seorang individu setelah mencari informasi maka akan melakukan proses evaluasi atau penilaian terkait dengan pilihan yang tersedia.

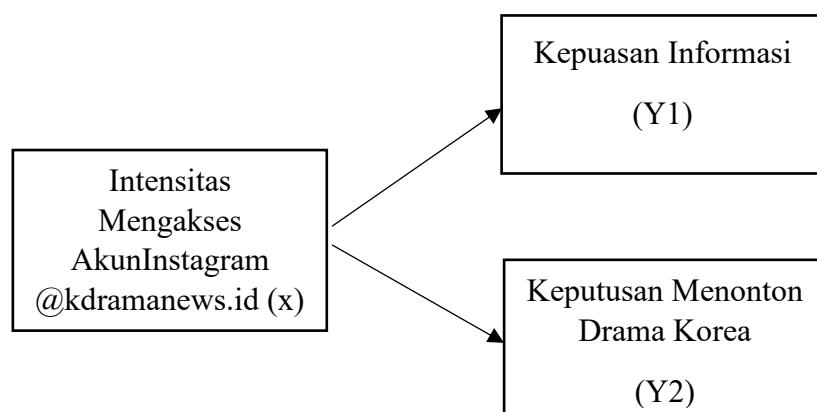
4. Keputusan membeli

Pada tahap ini, seseorang akan merencanakan untuk membeli suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginannya.

5. Tindakan pasca pembelian

Setiadi (2003) dalam Andrian dkk. (2022) mengemukakan bahwa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan berperan dalam menentukan keputusan konsumsi selanjutnya.

1.5.4. Kerangka Penelitian



Gambar 1.6 Bagan Kerangka Penelitian

Pada kerangka konsep diatas terdapat penjelasan mengenai intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi dan keputusan menonton drama Korea pada followers. Dengan melihat kerangka konsep diatas peneliti akanurunkannya menjadi kerangka konsep yang dijadikan sebagai tolak ukur dasar penelitian. Dalam penelitian ini akan melihat hubungan intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi pada pengikut akun @kdramanews.id dan keputusan menonton drama Korea pada pengikut akun @kdramanews.id.

Keterangan:

- X : Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id
 Y1 : Kepuasan Informasi
 Y2 : Keputusan Menonton Drama Korea

1.6. Hipotesis Penelitian

Rogers (1966) mendefinisikan hipotesis sebagai suatu dugaan sementara yang digunakan dalam penyusunan teori atau eksperimen serta dapat diuji kebenarannya. Creswell dan Cresswell (2018) menyatakan bahwa hipotesis merupakan pernyataan formal yang mengungkapkan hubungan yang diharapkan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan pemaparan tersebut, hipotesis terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu dugaan sementara, hubungan antarvariabel, serta proses pengujian untuk menilai validitasnya (Yam & Taufik, 2021). Dengan kata lain, hipotesis adalah dugaan sementara sebelum proses

pemecahan masalah, peneliti mempunyai berbagai pilihan alternatif untuk memecahkan suatu masalah yang memiliki unsur ketidakpastian atau bersifat dugaan yang kemudian dibuktikan dengan menggunakan metode ilmiah. Hipotesis tidak bisa ditinggalkan dalam proses penelitian ilmiah, karena hipotesis adalah bagian dari sarana penelitian ilmiah yang berperan sebagai instrumen kerja dan teori. Berikut ini rumusan hipotesis pada penelitian:

H0 : Tidak Terdapat Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Pada Followers (Y1).

H1 : Terdapat Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Pada Followers (Y1).

H0 : Tidak Terdapat Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Secara Signifikan Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea Pada Followers (Y2)

H2 : Terdapat Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Secara Signifikan Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea Pada Followers (Y2)

1.7. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penjelasan dan penggambaran dari konsep atau teori dari variabel yang diangkat dalam penelitian, sehingga dapat membantu

mempermudah saat mengoperasikan konsep tersebut. Definisi konseptual pada temuan ini adalah:

1.7.1. Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)

Intensitas dalam penelitian ini merujuk pada tingkat keterlibatan individu dalam mengakses media sosial, yang dapat diukur melalui frekuensi penggunaannya. Media sosial yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Instagram. Intensitas dalam mengakses akun Instagram dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu menunjukkan konsistensi dan keterlibatan dalam mengakses platform tersebut. Dalam konteks penelitian ini, intensitas tersebut merujuk pada frekuensi dan durasi mengakses akun @kdramanews.id, yang mencerminkan kecenderungan individu untuk mengakses informasi secara berulang dan berkelanjutan. (Zuhri, 2021).

1.7.2. Kepuasan Informasi (Y1)

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepuasan sebagai kondisi emosional yang muncul ketika individu mengevaluasi kinerja suatu produk berdasarkan persepsi atau kesan yang diperoleh, kemudian membandingkannya dengan ekspektasi yang telah ditetapkan. Dalam konteks kepuasan informasi, konsep ini merujuk pada sejauh mana individu merasa terpenuhi kebutuhannya terhadap informasi yang diperoleh. Kepuasan informasi terjadi ketika informasi yang diterima dianggap relevan, akurat, dan sesuai dengan harapan individu dalam memenuhi kebutuhan informasinya (Raden dkk, 2018). Konsep kepuasan dalam penggunaan media terbagi menjadi Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). Gratification Sought (GS) merujuk pada motivasi individu dalam

memilih suatu media, sedangkan Gratification Obtained (GO) mengacu pada tingkat kepuasan yang diperoleh setelah mengonsumsi media tersebut (Yuli & Maria, 2021).

1.7.3. Keputusan Menonton (Y2)

Menurut Moergan dan Celrullo dalam (Maulida dkk, 2019) keputusan merupakan Kesimpulan yang dicapai melalui proses pertimbangan satu kemungkinan dipilih dengan mengecualikan kemungkinan alternatif. Dapat disimpulkan keputusan menonton merupakan tindakan yang dilakukan seseorang untuk membeli layanan berupa drama korea. Untuk dapat menonton drama korea maka seseorang perlu melakukan pembelian seperti berlangganan pada aplikasi layanan streaming drama korea. Kotler dan Keller mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta tindakan setelah pembelian.

1.8. Definisi Operasional

Singarimbun (1989:23) mengemukakan bahwa Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana sebuah variabel diukur. Kerlinger (1983) memberi arti bahwa definisi operasional sebagai aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mengukur sebuah variabel (Ardial, 2014: 63).

1.8.1. Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)

Dalam penelitian ini variabel X adalah intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id. dalam mengukur variabel X, penulis menggunakan indikator

intensitas mengakses media. Dalam (Zuhri, 2021) variabel intensitas mengakses media sosial diukur dengan 2 Indikator yaitu :

1. Frekuensi

Banyaknya individu melakukan pengulangan perilaku.

2. Durasi

Seberapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan sosial media.

1.8.2. Kepuasan Informasi (Y1)

Kepuasan informasi adalah kepuasan yang didapatkan setelah menggunakan media. Menurut MQuail, Blumler dan Brown dalam (Yuli & Maria, 2021) terdapat empat, yaitu:

1. Pencarian Informasi

Mencari informasi yang berkaitan dengan drama korea melalui akun Instagram @kdramanews.id

2. Kepuasan Identitas Pribadi

Menggunakan akun Instagram @kdramanews.id untuk memperoleh informasi yang mendukung minat dan identitas mereka sebagai penggemar drama Korea

3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Menggunakan akun Instagram @kdramanews.id untuk memperkuat interaksi dan hubungan sosial

4. Kepuasan hiburan

Memenuhi kebutuhan hiburan dan kesenangan diri melalui akun Instagram @kdramanews.id.

1.8.3. Keputusan Menonton (Y2)

Proses keputusan pembelian dalam konteks menonton menurut Kotler dalam (Andrian, dkk, 2022) terdapat beberapa tahapan diantara lain yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan

Proses membeli diawali dengan menyadari adanya masalah kebutuhan.

2. Pencarian informasi

Setelah mengenali masalah kebutuhannya maka seorang individu terdorong untuk melakukan pencarian informasi pada akun @kdramanews.id mengenai drama Korean yang akan ditonton.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah mencari informasi drama korea di akun @kdramanews.id kemudian melakukan penilaian maupun evaluasi.

4. Keputusan Membeli

Pada tahap ini seseorang memutuskan untuk menonton suatu drama korea yang sesuai dengan keinginannya

5. Tindakan Pasca Pembelian

Tahap ini merupakan sikap setelah menonton drama korea. Tindakan setelah menonton drama korea tergantung dari puas atau pun tidakpuasnya konsumen.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif mempergunakan metode survei. Penelitian kuantitatif yaitu riset yang menekankan terhadap analisis data atau angka yang dinyatakan secara numerik yang kemudian diolah dengan menggunakan metode statistic (Sudaryana & Agusiady, 2022). Penelitian inferensial (uji hipotesis) mempergunakan pendekatan kuantitatif, penggunaan teknik ini memungkinkan dalam mengidentifikasi pentingnya korelasi antar variabel yang diteliti. Kuesioner digunakan sebagai alat penelitian pada populasi besar maupun kecil ketika menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Data dari sampel populasi digunakan dalam penelitian untuk mengidentifikasi peristiwa relatif, pola distribusi, dan hubungan antara karakteristik sosiologis dan psikologis. (Sugiyono, 2022). Pada hakekatnya, penelitian survei dilakukan untuk mengumpulkan data berupa opini dari sejumlah besar orang tentang subjek atau kejadian tertentu.

Pada penelitian ini diterapkan metode survei yang dilakukan pada followers akun @kdramanews.id untuk mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan penelitian ini. Data yang didapat kemudian diolah menggunakan uji statistik supaya ditemukan fakta terkait variabel yang sedang diteliti sehingga dapat diketahui pengaruh antarvariabel.

1.9.2. Jenis dan Sumber Data

1.9.2.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung didapatkan dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek riset. Dalam pengumpulan data primer ada beberapa Teknik yaitu observasi, wawancara, angket, tes, dan *focus group discussion* (Ardial, 2014). Pada penelitian ini menggunakan data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner pada pengikut akun Instagram @kdramanews.id.

1.9.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang asalnya dari data primer dan sudah dilakukan pengolahan lebih mendalam ke dalam wujud tabel, grafik, diagram, dan gambar. Data sekunder juga adalah data yang didapatkan dari sumber data kedua dari data yang dibutuhkan (Ardial, 2014). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari buku, skripsi, jurnal, atau media *online*.

1.9.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang menjadi alat untuk melakukan pengumpulan data. Kuesioner kemudian diisi oleh responden yang berasal dari pengikut akun Instagram @kdramanews.id. Kuesioner (Angket) merupakan suatu daftar yang memuat sejumlah pertanyaan dan pilihan jawaban yang berkaitan pada variabel penelitian atau objek yang diteliti. (Muchson, 2017). Kuesioner (angket) lebih sering dipergunakan pada riset sebab metode ini dianggap dapat mengumpulkan informasi atau

data lebih banyak dengan waktu yang relatif cepat dan tidak memakan biaya yang banyak (Tagor dkk, 2020).

1.9.3. Populasi dan Sampel

1.9.3.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek dalam penelitian yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis serta disimpulkan. Populasi tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga mencakup berbagai objek lain di lingkungan alam. Selain itu, populasi tidak sekadar merujuk pada jumlah, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik yang melekat pada objek atau subjek penelitian (Ardial, 2014). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengikut akun Instagram @kdramanews.id dengan total 354.000 pengikut per Juli 2024.

1.9.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi umumnya berjumlah besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan. Keterbatasan sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu menjadi faktor yang menyebabkan penelitian terhadap seluruh populasi sulit dilakukan. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili populasi untuk memperoleh hasil yang relevan (Ardial, 2014). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan 100 pengikut akun Instagram @kdramanews.id. dengan menetapkan

beberapa ketentuan yaitu aktif menggunakan Instagram dan sudah mengikuti akun @kdramanews.id minimal 3 bulan.

Pada penelitian ini, penentuan ukuran sampel dihitung dengan rumus Solvin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Batas Kesalahan sebesar 0,10 (10%)

1 = Bilangan konstan (Firdaus, 2021).

Maka, metode berikut dipakai untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini:

N = 354000

e = 10%

$$n = \frac{354000}{354000(0,01)+1} = 99,98 \text{ atau sebanyak } 100.$$

Menurut rumus slovin disebutkan dia tas, bahwa ada 100 orang yang menjadi sampel penelitian.

1.9.4. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel, teknik sampling digunakan untuk memilih komponen secara teliti kemudian dapat mewakili populasi tertentu yang menjadi objek penelitian. Untuk mendapatkan sampel yang representatif yakni sampel yang persis mencerminkan populasi, prosedur pengambilan sampel pada dasarnya

dipakai untuk mengurangi kesalahan generalisasi dari sampel ke populasi. (Mukhtazar, 2020). Pada temuan ini teknik sampling dipilih yang menggunakan tipe penarikan sampel tidak dengan peluang (non-probability sampling) yaitu cara pengambilan sampel ketika sampel dipilih dengan tidak menggunakan cara acak, dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan tidak menggunakan pendekatan teori peluang (Lubis, 2021).

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan, sehingga hanya individu atau objek yang memenuhi standar kelayakan yang dapat dijadikan sebagai sampel penelitian (Lubis, 2021). Terkait hal ini maka dalam penelitian ini mempunyai kriteria sampel yaitu, *followers* (pengikut) akun instagram @kdramanews.id yang sudah mengikuti akun tersebut selama minimal 3 bulan.

1.9.5. Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan skala ukur sebagai garis besar untuk melakukan pengukuran terhadap variabel yang sedang diteliti. Skala ini memungkinkan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dianalisis untuk memenuhi tujuan penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Peneliti menerapkan skala Likert dalam temuan ini. Peneliti sering menggunakan skala Likert sebagai model skala saat menilai faktor yang berkaitan dengan pendapat, sikap, dan fenomena sosial lainnya. Skala Likert dengan lima kategori adalah yang paling sering digunakan (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Tabel 1.2 Skala Pengukuran

Keterangan	Nilai
Sangat tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah proses untuk menghasilkan data yang telah terkumpul dilapangan untuk mempermudah proses analisis data (Swarjana, 2016). Sebelum dianalisis, data harus diolah secara menyeluruh melalui beberapa tahapan. Pada penelitian ini, proses pengolahan informasi yang dikumpulkan dengan kuesioner melalui beberapa tahapan berikut ini:

a. *Editing*

Editing ialah tahap awal dalam proses pengolahan data. Pada proses ini, umumnya peneliti akan melakukan pengecekan pada data yang telah dikumpulkan. Pengecekan dilakukan terhadap kelengkapan isi, kejelasan tulisan, kejelasan jawaban, kesesuaiannya, relevansinya dan keseragaman unit datanya.

b. *Coding*

Tahap ini adalah proses pemberian kode di setiap data yang masuk untuk kategori yang sama sehingga memudahkan saat mengelompokkan

data. Pemberian kode ini digunakan peneliti untuk instrumen pertama pada penelitian. Kegiatan coding dapat meringankan tahap-tahap selanjutnya terutama saat proses tabulasi data

c. Tabulating

Tabulating atau penyusunan data merupakan proses dimana data dikelompokkan dalam bentuk tabel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan serta mengatur angka-angka yang nantinya dihitung sehingga data-data yang ada bisa dipahami untuk disajikan dan dianalisis.

1.9.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap dimana data hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang disatukan dan diorganisasikan secara metodis dengan mengelompokkan data ke dalam kelompok yang berbeda, membaginya menjadi kelompok yang lebih kecil, mensintesisnya, menyatukannya menjadi pola, dan dipilah mana yang vital dan harus diselidiki, diikuti dengan hasil yang mudah dimengerti oleh peneliti serta orang lain (Sugiyono, 2022).

1.9.7.1. Uji Validitas

Dalam melakukan penelitian maka harus ada proses uji validitas. Efektifitas sebuah alat ukur dinilai dengan menggunakan uji validitas, apakah alat ukur yang dipakai benar-benar dapat menghitung sasaran ukurnya (Darma, 2021). Uji validitas bekerja untuk mengetahui validitas suatu kuesioner. kesimpulannya uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Uji validitas bisa dilakukan dengan rumus *Korelasi Product Moment Pearson* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisiensi korelasi *product moment*

N = Jumlah responden atau sampel penelitian

X = Jumlah skor variabel X

Y = Jumlah skor variabel Y

(Widiyanto, 2013)

Nilai signifikansi koefisien korelasi dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%) sebelum memutuskan apakah item tersebut valid (Herlina, 2019). Untuk mengetahui hasil validitas pada semua item pertanyaan, maka kriteria penelitian uji validitas adalah:

1. Jika r hitung $>$ r table (pada taraf signifikansi 5%), maka item kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r table (pada taraf signifikansi 5%), maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

1.9.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah nilai yang memperlihatkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten atau dapat dipercaya. Pada dasarnya uji reliabilitas dapat dipercaya selama faktor-faktor yang diukur pada subjek tidak berubah, beberapa pengukuran harus menghasilkan hasil yang sama. (Widjaja, 2018). Untuk mencari tahu reliabilitas kuesioner maka digunakan rumus Koefisien Alpha Cronbach (Widjaja, 2018):

$$a = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

a = Koefisien Alpha Cronbach

r = Rentang Korelasi antar item

k = Jumlah item valid

1 = Bilangan konstan

Kriteria penilaian dalam uji reliabilitas adalah:

1. Kuesioner dianggap reliabel jika temuan koefisien Alpha lebih dari 0,60.
2. Kuesioner dianggap tidak reliabel jika temuan koefisien Alpha lebih kecil dari 0.60.

1.9.7.3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data terdistribusi secara normal atau tidak (Supriadi, 2022). Pengujian normalitas terhadap variabel pengganggu atau residual dilakukan menggunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov. Pada metode ini, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

1.9.7.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode statistik yang bertujuan untuk mengevaluasi keberadaan bukti yang cukup dalam data sampel guna mendukung atau menolak suatu pernyataan mengenai populasi. Ghazali (2020) menjelaskan bahwa uji hipotesis digunakan untuk menguji asumsi dalam penelitian dengan

membandingkan hipotesis nol (H_0), yang mengindikasikan ketiadaan pengaruh atau hubungan, dengan hipotesis alternatif (H_1), yang menyatakan adanya pengaruh atau hubungan. Proses ini dilakukan dengan menghitung nilai statistik tertentu dari data sampel dan membandingkannya dengan nilai kritis berdasarkan tingkat signifikansi yang ditentukan. Jika nilai statistik lebih besar dari nilai kritis atau tingkat signifikansi (p -value) lebih kecil dari alpha (α), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

1.9.7.5. Uji Korelasi Rank Spearman

Uji korelasi rank Spearman adalah metode statistik non-parametrik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel ordinal atau variabel yang tidak memenuhi asumsi normalitas. Menurut Ghazali (2020), korelasi rank Spearman digunakan ketika data bersifat ordinal atau interval, tetapi tidak memenuhi asumsi distribusi normal yang diperlukan dalam uji korelasi Pearson. Uji ini mengukur hubungan antara peringkat (rank) dari dua variabel, di mana semakin tinggi peringkat kedua variabel, semakin besar kekuatan hubungan di antara keduanya. Koefisien korelasi Spearman memiliki rentang nilai antara -1 hingga 1, dengan nilai positif mengindikasikan hubungan searah dan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan. Pengujian hipotesis dalam korelasi Rank Spearman dilakukan dengan menguji hipotesis nol (H_0), yang menyatakan tidak terdapat hubungan antara kedua variabel, serta hipotesis alternatif (H_a), yang menyatakan adanya hubungan antara variabel yang diuji.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. GAMBARAN UMUM AKUN @KDRAMANEWS.ID

2.1.1. Profile Akun Insagram @kdramanews.id

Akun Instagram @kdramanews.id dibuat sejak Februari 2018 hingga saat ini. Akun ini merupakan salah satu media informasi digital yang memiliki fokus pada penyediaan informasi seputar drama korea, baik dalam bentuk ulasan, berita, maupun rekomendasi tontonan baru. Akun Instagram @kdramanews.id memiliki 356ribu pengikut terhitung pada tanggal 8 Oktober 2024, akun ini dikelola oleh satu admin sekaligus sebagai owner. Akun Instagram @kdramanews.id menjadi sumber informasi yang komprehensif bagi para penggemar drama korea di Indonesia. Dengan ribuan *followers*nya akun ini secara rutin membagikan konten yang meliputi berita terbaru mengenai para aktor dan aktris, sinopsis drama yang sedang tayang, serta ulasan dari berbagai drama yang sedang populer, yang membuat pengikutnya selalu update dengan perkembangan dunia K-drama. Konten yang terdapat pada akun Instagram @kdramanews.id biasanya dikemas secara visual yang menarik dengan menggunakan gambar atau potongan video dari adegan drama, yang disertai dengan caption yang informatif.

Selain itu, @kdramanews.id juga sering kali berinteraksi dengan pengikutnya melalui kolom komentar, polling, dan sesi tanya jawab melalui fitur Instagram storynya. Akun Instagram @kdramanews.id tidak hanya menjadi tempat mendapatkan informasi, tetapi juga memiliki fungsi sebagai wadah untuk

penggemar K-drama berbagi pendapat dan antusiasme mereka terhadap drama korea. Maka dapat disimpulkan bahwa akun @kdramanews.id memiliki banyak peminat dan cenderung memiliki pengikut yang aktif.

2.1.2. Logo Akun Instagram @kdramanews.id

Akun Instagram @kdramanews.id sebagai salah satu media digital yang memiliki fokus pada penyediaan informasi seputar drama korea, akun ini memiliki logo untuk merepresentasikan visual dari identitas akun Instagram @kdramanews.id. Logo akun merupakan salah satu detail yang penting untuk diperhatikan, karena melalui logo pengguna Instagram dapat lebih mudah untuk menemukan dan mengingat akun @kdramanews.id. logo menjadi ciri khas dari identitas akun tersebut. Gambar dibawah ini merupakan logo dari akun @kdramanews.id.



Gambar 2.1 Logo akun Instagram @kdramanres.id

Sumber: Instagram.com

2.1.3. Konten Akun Instagram @kdramanews.id

Pada setiap akun media digital, tentu di dalamnya mempunyai konten yang sesuai dengan identitas akun tersebut. Seperti pada akun @kdramanews.id sesuai dengan username dari akun tersebut, akun @kdramanews.id ini merupakan salah satu akun yang berbagi informasi seputar drama korea. Berikut ini merupakan Gambaran dari akun @kdramanews.id:

1. Contoh konten tentang jadwal tayang drama korea terbaru pada akun Instagram @kdramanews.id



Gambar 2.2 Konten tentang jadwal tayang drama korea

Sumber: Instagram.com

2. Contoh konten tentang capaian rating dari drama korea yang sedang tayang



Gambar 2.3 Konten tentang capaian rating

Sumber: Instagram.com

3. Contoh konten tentang berita terbaru dari aktor aktris korea



Gambar 2.4 konten tentang berita terbaru

Sumber: Instagram.com

2.1.4. Profile *Followers* Akun Instagram @kdramanews.id

Profile *followers* pada akun Instagram @kdramanews.id merupakan deskripsi umum dari keseluruhan jumlah pengikut akun @kdramanews.id. dari hasil observasi di lapangan, pengikut akun @kdramanews.id mayoritas merupakan dari kalangan remaja hingga dewasa dengan status pelajar/mahasiswa sampai yang berstatus sebagai Ibu rumah tangga, pekerja swasta maupun sebagai wirausaha. Sebagian besar pengikut akun @kdramanews.id merupakan pengguna aktif Instagram yang tentunya memiliki ketertarikan dan kebutuhan informasi seputar drama korea.

Akun @kdramanews.id mempunyai total pengikut sebanyak 356rb *user* hingga saat ini dan masih terus bertambah dengan seiring berjalannya waktu. Hal tersebut memberikan gambaran bahwasanya akun Instagram @kdramanews.id cukup populer dan menarik dikalangan pengguna Instagram khususnya penggemar drama korea. *Followers* dari akun Instagram @kdramanews.id cenderung aktif terhadap informasi yang di update dan berani mengeluarkan pertanyaan maupun pendapatnya di kolom komentar sehingga terjadi ruang diskusi antar *user* pada kolom komentar di postingan akun Instagram @kdramanews.id.

2.2. GAMBARAN UMUM APLIKASI INSTAGRAM

2.2.1. Sejarah dan Definisi Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang berfokus pada foto dan video sehingga pengguna dapat mengabadikan foto maupun video mereka, selain itu juga dapat menggunakan filter digital (Fathoni, 2018). Instagram adalah aplikasi yang paling

sering diakses oleh semua kalangan, sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi (Kurniawan, 2017). Aplikasi Instagram mempunyai kemudahan dalam mengoprasikannya. Oleh karena itu, anak-anak dapat lebih mudah dalam mengakses aplikasi ini (Thoriq, 2023).

Instagram merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang secara resmi diluncurkan pada Oktober 2010 dengan ketersediaan awal terbatas bagi pengguna perangkat berbasis iOS. Pada tahun 2012, Instagram diperluas untuk pengguna Android, diikuti dengan peluncuran versi situs web pada November di tahun yang sama. Selanjutnya, pada April 2016, aplikasi ini tersedia bagi pengguna perangkat berbasis Windows 10 Mobile, memungkinkan akses yang lebih luas bagi berbagai jenis sistem operasi (Kartini, 2022). Brand Development Lead Instagram APAC, Paul Webster, mengungkapkan bahwa sejak peluncurannya pada tahun 2010, Instagram telah mencapai lebih dari 400 juta pengguna aktif secara global. Indonesia termasuk dalam jajaran negara dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi, dengan 89 persen penggunaanya berada dalam rentang usia 18 hingga 34 tahun (Kartini, 2022).

2.2.2. Logo Aplikasi Instagram



Gambar 2.5 Logo Aplikasi Instagram

Sumber: Instagram.com

Setiap aplikasi media sosial tentu memiliki logo sebagai representasi atau ciri khas masing-masing aplikasinya. Begitu juga dengan aplikasi Instagram. Logo awal Instagram terinspirasi dari desain kamera Bell & Howell, yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1940. Pada peringatan lima tahun platform tersebut, Instagram memperbarui logonya dengan desain baru yang lebih minimalis, menampilkan outline putih dengan latar belakang gradasi warna yang mengombinasikan ungu, pink, jingga, dan ungu. Mengacu pada pernyataan Ian Spalter, Kepala Desain Instagram yang dikutip dari Kompas.com, perubahan ini dilakukan seiring dengan tren penggunaan smartphone sebagai perangkat utama dalam pengambilan foto. Spalter menilai bahwa logo sebelumnya kurang merepresentasikan identitas merek dan komunitas penggunanya, sedangkan logo baru dirancang untuk menghadirkan kesan yang lebih berwarna, dinamis, serta memberikan dampak positif bagi pengguna. Instagram berupaya menampilkan produknya dengan desain yang lebih modern dan sesuai dengan perkembangan zaman. Upaya ini diwujudkan melalui peluncuran beberapa aplikasi seperti Boomerang, Layout, dan Hyperlapse, serta pembaruan desain logo guna

mencerminkan identitas visual yang lebih relevan dengan era digital saat ini (Kartini, 2022).

2.2.3. Fitur Aplikasi Instagram

Dalam aplikasi Instagram memiliki fitur-fitur seperti (Kartini, 2022):

a. Berbagi Foto dan Video

Instagram mulanya hanya dapat berbagi foto, namun saat ini Instagram menambahkan fitur berbagi video dengan durasi pendek yaitu 15 detik. Kemudian, pada bulan Agustus 2015 Instagram meningkatkan batas video dari 15 detik menjadi 30 detik. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten dalam bentuk foto atau video. Dalam proses penggunaannya, berbagai filter dan efek yang tersedia dapat diterapkan untuk meningkatkan tampilan visual dari konten yang dibagikan.

b. Direct Message

Direct message merupakan fitur pada Instagram yang memungkinkan pengguna berkomunikasi secara personal. Fitur ini juga mendukung pembentukan grup percakapan dengan menambahkan pengguna lain. Selain bertukar pesan teks, pengguna dapat mengirimkan foto dan video dengan opsi pengaturan waktu tertentu, sehingga konten yang dikirimkan dapat terhapus secara otomatis setelah jangka waktu yang ditentukan.

c. *Instagram stories*

Instagram stories adalah fitur yang dapat digunakan pengguna dalam melakukan pengambilan foto, menambahkan efek dan lapisan dan dapat mengunggahnya ke *feed* *Instagram stories* mereka. Foto atau video yang dilakukan pengunggahan ke cerita pengguna mempunyai durasi waktu 24 jam. Saat *Instagram stories* dirilis banyak yang melihatnya menjadi tiruan dari Snapchat. Pengguna *Instagram* bisa melakukan pengaturan menandai atau pun tidak ditandai pada postingan *stories*nya maupun pengguna lain.

d. *Siaran Langsung*

Siaran langsung adalah salah satu fitur yang terdapat di aplikasi *Instagram*, melalui siaran langsung pengguna *Instagram* dapat membagikan video secara live pada pengguna lain. Konten siaran langsung dapat langsung tersimpan atau dilihat Kembali oleh pengguna lain dengan jangka waktu 24 jam pada kolom cerita.

e. *Hashtag*

Fitur *hashtag* dipersediakan menjadi subjek untuk pencarian, agar mempermudah pencarian pada kolom pencarian. Pada kolom pencarian yang tersedia, pengguna *Instagram* hanya bisa mencari menurut dengan nama pengguna, lokasi, dan *hashtag*.

f. *IGTV*

Selain dapat melakukan pembagian video dengan beranda, *Instagram* juga mempunyai fitur dengan bentuk melakukan pembagian

video. Video yang dilakukan pengunggahan dengan fitur ini mempunyai durasi yang lebih Panjang disbanding melalui unggahan video pada beranda. Pada fitur IGTV pengguna Instagram dapat mengunggah video secara maksimal durasi selama 10 menit.

g. *Komentar*

Fitur komentar yang dipersediakan oleh Instagram digunakan untuk diskusi di setiap konten yang telah dilakukan pengunggahan. Pengguna Instagram bisa menyaring kata yang tidak diinginkan pada komentar pengguna lain. Selain itu, komentar yang masuk pun bisa dihapus serta pengguna Instagram dapat mematikan fitur kolom komentar kapan saja.

h. *Editing*

Foto yang diunggah baik hasil jepretan langsung atau pun dari galeri dapat dilakukan proses editing terlebih dahulu sebelum di publish, Instagram menyediakan fitur editing disertai oleh filter foto yang menarik untuk mempercantik foto yang akan diunggah.

i. *Explore*

Pada tahun 2012, Instagram mengenalkan fitur explore atau jelajahi. Fitur ini menyajikan foto populer, foto yang dilakukan pengambilan dari Lokasi terdekat atau sejenisnya melalui pencarian yang kerap dilakukan. Di tahun 2015, fitur ini diperbarui dengan menampilkan tag dan tempat yang tengah tren, konten yang kurasi serta kapabilitas dalam menemukan Lokasi.

BAB III

SAJIAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pemaparan atas hasil temuan penelitian melalui kuesioner yang telah disebarkan pada responden tentang Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers*. Data dalam temuan ini disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang memuat hasil perbandingan presentase jawaban dari responden yang telah mengisi kuesioner tersebut. Tabel frekuensi akan digunakan untuk menampilkan hasil temuan penelitian yang kemudian dijabarkan secara deskriptif.

3.1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini berasal dari followers aktif akun Instagram @kdramanews.id yang telah mengikuti akun @kdramanews.id selama minimal 3 bulan. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Pemetaan identitas responden dalam temuan ini mencakup jenis kelamin, usia, dan pekerjaan..

Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Laki-laki	7	7%	Perempuan
perempuan	93	93%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.1 diketahui responden yang mempunyai jenis kelamin laki-laki yang mempunyai jumlah 7 individu dengan persentase 7% sementara responden yang mempunyai jenis kelamin Perempuan mempunyai jenis sebanyak 93 individu dengan persentase 93%. Dari hasil data tersebut, sehingga bisa ditarik kesimpulan jika sebagian besar responden mempunyai jenis kelamin Perempuan.

Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
15 – 19 tahun	8	8%	20 - 24 tahun
20 – 24 tahun	70	70%	
25 – 30 tahun	11	11%	
> 30 tahun	11	11%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuisioner penelitian bulan November 2024

Dari table 3.2 diatas maka dapat diketahui jumlah responden dikategorikan berdasarkan usia. Responden yang berumur 15 – 19 tahun mempunyai jumlah 8 individu yang mempunyai persentase 8%, kemudian untuk usia 20 – 24 tahun sejumlah 70 individu yang mempunyai persentase 70%, usia 25 – 30 tahun sejumlah 11 individu yang mempunyai persentase 11% dan usia > 30 tahun sejumlah 11 individu yang mempunyai persentase 11%. Maka bisa diketahui jika kebanyakan responden berusia 20 - 24 tahun.

Tabel 3.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Peresentase	Hasil Mayoritas
Pelajar/Mahasiswa	54	54%	Pelajar/Mahasiswa
Pekerja Swasta	22	22%	
Wirausaha	6	6%	
PNS	2	2%	
Lainnya	16	16%	
Total	100	100%	

Sumber: Data keusioner penelitian bulan November 2024

Menurut tabel diatas dapat diuraikan jumlah responden berdasarkan pekerjaan. Dari kategori pelajar/mahasiswa berjumlah sebanyak 54 orang dengan peresentase 54%, kategori pekerja swasta berjumlah sebanyak 22 orang dengan peresentase 22%, kemudian untuk kategori wirausaha berjumlah sejumlah 6 individu yang mempunyai persentase 6%, selanjutnya pada kategori PNS berjumlah 2 individu yang mempunyai persentase 2%, serta pekerjaan lainnya sejumlah 16 individu yang mempunyai persentase 16%. Berdasarkan jumlah data yang ditampilkan, sehingga bisa diambil Kesimpulan sebagian besar responden pada temuan ini yaitu seorang pelajar/mahasiswa.

Tabel 3.4 Persentase pengikut aktif akun Instagram @kdramanews.id

Saya adalah pengikut aktif akun Instagram @kdramanews.id	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Ya	99	99%	

Tidak	1	1%	Ya
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.4 terdapat responden yang memilih kategori “Ya” berjumlah sebanyak 99 individu yang mempunyai persentase 99% serta kategori “Tidak” berjumlah 1 individu yang mempunyai persentase 1%. Maka dari data tersebut disimpulkan bahwa 99% responden menyatakan sebagai pengikut aktif akun Instagram @kdramanews.id.

Tabel 3.5 Presentase jawaban responden atas pertanyaan sudah berapa lama mengikuti akun Instagram @kdramanews.id

Sudah berapa lama mengikuti akun Instagram @kdramanews.id	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
3 bulan	23	23%	> 1 tahun
3 – 6 bulan	19	19%	
6 bulan – 1 tahun	27	27%	
> 1 tahun	31	31%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari data tabel 3.5 diatas, responden yang mengikuti akun Instagram @kdramanews.id selama 3 bulan berjumlah 23 orang yang memberikan persentase 23%, berikutnya yaitu responden yang menyatakan telah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id selama 3 – 6 bulan berjumlah sebanyak 19 individu yang mempunyai persentase 19%, kemudian untuk responden yang mengikuti akun Instagram @kdramanews.id selama 6 bulan – 1 tahun berjumlah sebanyak 27 orang

dengan persentase 27%, dan terakhir adalah responden yang menyatakan telah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id selama > 1 tahun berjumlah sebanyak 31 individu yang mempunyai persentase 31%. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden telah mengikuti akun Instagram selama > 1 tahun.

3.2. Deskripsi Variabel Penelitian

3.2.1. Deskripsi Variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id

a. Frekuensi

Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X Pernyataan 1

**Saya sering melihat unggahan akun Instagram @kdramanews.id
di *timeline***

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	9	9%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	44	44%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Berdasarkan tabel 3.6 responden yang melakukan pemilihan kategori sangat tidak setuju dan kategori tidak setuju dari pernyataan sering melihat unggahan akun Instagram @kdramanews.id di *timeline* berjumlah 1 individu dengan persentase 1%, kemudian untuk responden yang memilih kategori netral berjumlah 9 orang memiliki persentase 9%, sedangkan

responden dengan memilih kategori setuju berjumlah 45 orang memiliki persentase sebanyak 45%, dan yang terakhir untuk responden yang memilih sangat setuju sejumlah 44 individu yang mempunyai persentase 44%. Hasil ini melakukan pembuktian sebagian besar responden setuju bahwa mereka sering melihat unggahan akun Instagram @kdramanews.id di *timeline* Instagramnya.

Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X Pernyataan 2

Persentase responden yang menyatakan bahwa saya mengakses akun Instagram @kdramanews.id lebih dari 3 kali dalam seminggu

Nilai	Jumlah	Presentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Netral	16	16%	
Setuju	51	51%	
Sangat Setuju	27	27%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Menurut pada tabel 3.7 ditampilkan responden yang memilih kategori sangat tidak setuju mengakses akun Instagram @kdramanews.id lebih dari 3 kali dalam satu minggu berjumlah 1 individu yang mempunyai persentase 1%, kemudian responden yang melakukan pemilihan kategori tidak setuju berjumlah 5 individu yang mempunyai persentase 5%, selanjutnya untuk responden yang melakukan pemilihan kategori netral

berjumlah 16 orang memiliki persentase 16%, sedangkan responden dengan memilih kategori setuju berjumlah 51 orang memiliki persentase sebanyak 51%, dan yang terakhir untuk responden yang memilih sangat setuju sejumlah 27 individu yang mempunyai persentase 27%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil mayoritas terdapat pada kategori setuju yang sejumlah 51 individu yang mempunyai persentase 51%

b. Durasi

Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X Pernyataan 3

Persentase responden yang menyatakan bahwa saya menghabiskan waktu lebih dari 30 menit saat mengakses akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Netral	27	27%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	18	18%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Berdasarkan tabel 3.8 diatas, terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju menghabiskan waktu lebih dari 30 menit saat mengakses akun Instagram @kdramanews.id berjumlah sejumlah 2 individu yang mempunyai persentase 2%, berikutnya yaitu kategori tidak setuju memiliki

jumlah sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, pada kategori netral terdapat jumlah sebanyak 27 orang yang memiliki persentase 27%, kemudian untuk kategori setuju terdapat sejumlah 48 orang dengan persentase 48%, dan yang terakhir pada kategori sangat setuju sejumlah 18 individu yang memiliki persentase 18%. Dari data tersebut, maka responden dengan hasil mayoritas 48 orang yang memiliki persentase 48% menyatakan setuju jika menghabiskan waktu lebih dari 30 menit saat mengakses akun Instagram @kdramanews.id.

3.2.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Informasi

a. Pencarian Informasi

Tabel 3. 9 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 1
Persentase responden menyatakan bahwa saya dapat mengetahui
informasi terkini seputar drama korea setelah mengikuti akun
Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	2	2%	
Setuju	39	39%	
Sangat Setuju	59	59%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Diketahui dalam tabel 3.9 diatas terdapat 0% responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan bahwa saya dapat mengetahui informasi terkini seputar drama korea setelah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id, dan responden yang memilih netral sejumlah 2 individu yang mempunyai persentase 2%, kemudian responden dengan kategori setuju berjumlah sejumlah 39 individu memiliki persentase 39%, pada kategori terakhir yaitu responden yang melakukan pemilihan kategori sangat setuju berjumlah 59 individu yang mempunyai persentase 59%. Maka perolehan hasil mayoritas terdapat pada kategori sangat setuju yang mempunyai responden sebanyak 59 orang dengan persentase 59%

Tabel 3.10 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 2
Persentase responden menyatakan bahwa saya menemukan informasi
yang bermanfaat seputar drama korea dari akun Instagram
@kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	4	4%	
Setuju	54	54%	
Sangat Setuju	42	42%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Pada tabel 3.10 diatas terdapat perolehan yang sama yaitu di kategori sangat tidak setuju dan tidak setuju yang mempunyai persentase 0% responden pada pernyataan menemukan informasi yang bermanfaat seputar drama korea dari akun Instagram @kdramanews.id, sedangkan responden yang memilih netral sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, kemudian responden dengan kategori setuju berjumlah sejumlah 54 orang memiliki persentase 54%, pada kategori terakhir yaitu responden yang melakukan pemilihan kategori sangat setuju berjumlah 42 individu yang mempunyai persentase 42%. Maka perolehan hasil mayoritas terdapat pada kategori setuju yang mempunyai responden sebanyak 54 orang dengan persentase 54%.

Tabel 3.11 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 3
Persentase responden menyatakan bahwa Rasa keingintahuan saya
mengenai informasi seputar drama korea terpenuhi setelah mengikuti
akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	5	5%	
Setuju	54	54%	
Sangat Setuju	41	41%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.11 diatas menunjukkan perolehan yang sama yaitu di kategori sangat tidak setuju serta tidak setuju yang mempunyai persentase 0% responden pada pernyataan menemukan informasi yang bermanfaat seputar drama korea dari akun Instagram @kdramanews.id, sedangkan responden yang memilih netral sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, kemudian responden dengan kategori setuju berjumlah sebanyak 54 orang memiliki persentase 54%, pada kategori terakhir yaitu responden yang melakukan pemilihan kategori sangat setuju berjumlah 41 individu yang mempunyai persentase 41%. Maka perolehan hasil mayoritas terdapat pada kategori setuju yang mempunyai responden sebanyak 54 orang dengan persentase 54%.

b. Kepuasan Identitas Pribadi

Tabel 3.12 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 4

Persentase responden menyatakan bahwa saya merasa kebutuhan informasi saya terpenuhi ketika menemukan informasi dari akun Instagram @kdramanews.id seputar drama korea yang ingin saya tonton

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	9	9%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	45	45%	

Total	100	100%	
-------	-----	------	--

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Pada tabel 3.12 diatas menggambarkan hasil dari jawaban responden atas pernyataan merasa kebutuhan informasi saya terpenuhi ketika menemukan informasi dari akun Instagram @kdramanews.id seputar drama korea yang ingin saya tonton. Responden yang memilih kategori sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, sedangkan untuk kategori netral memiliki jumlah sebanyak 9 0rang dengan persentase 9%, kemudian pada kategori setuju berjumlah 46 orang yang memiliki persentase 46%, dan di kategori sangat setuju terdapat sejumlah 45 orang dengan persentase 45%. Dari hasil data diatas mayoritas adalah responden yang menyatakan setuju karena merasa kebutuhan informasinya terpenuhi ketika menemukan informasi dari akun Instagram @kdramanews.id seputar drama korea yang ingin ditonton.

c. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Tabel 3.13 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 5

Persentase responden menyatakan bahwa saya merasa mempunyai teman berdiskusi dan berbagi pengalaman seputar drama korea setelah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	20	20%	

Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	33	33%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Pada tabel 3.13 diatas menggambarkan hasil dari jawaban responden atas pernyataan merasa mempunyai teman berdiskusi dan berbagi pengalaman seputar drama korea setelah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang melakukan pemilihan kategori sangat tidak setuju sejumlah 0 orang dengan persentase 0%, dan responden yang memilih kategori tidak setuju berjumlah 1 individu yang mempunyai persentase 1%, sedangkan untuk kategori netral memiliki jumlah sebanyak 20 orang yang mempunyai persentase 20%, kemudian pada kategori setuju berjumlah 46 orang yang memiliki persentase 46%, di kategori sangat setuju ditemukan sejumlah 33 individu yang mempunyai persentase 33%. Dari hasil data diatas mayoritas adalah responden yang menyatakan setuju karena merasa merasa mempunyai teman berdiskusi dan berbagi pengalaman seputar drama korea setelah mengikuti akun Instagram @kdramanews.id.

d. Kepuasan Hiburan

Tabel 3.14 Deskripsi Variabel Y1 Pernyataan 6

Persentase responden menyatakan bahwa saya merasa senang dan terhibur ketika menemukan informasi terbaru seputar drama korea dari akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
-------	--------	------------	----------------

Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	4	4%	
Setuju	56	56%	
Sangat Setuju	39	39%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.14 diatas menggambarkan hasil dari jawaban responden atas pernyataan merasa senang dan terhibur ketika menemukan informasi terbaru seputar drama korea dari akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang melaksanakan pemilihan kategori sangat tidak setuju sejumlah 0 individu yang mempunyai persentase 0%, dan responden yang melakukan pemilihan kategori tidak setuju berjumlah 1 individu yang mempunyai persentase 1%, sedangkan untuk kategori netral memiliki jumlah sebanyak 4 Orang dengan persentase 4%, kemudian pada kategori setuju berjumlah 56 orang yang memiliki persentase 56%, di kategori sangat setuju ada sejumlah 39 individu yang mempunyai persentase 39%. Dari hasil data diatas mayoritas adalah responden yang menyatakan setuju karena merasa senang dan terhibur ketika menemukan informasi terbaru seputar drama korea dari akun Instagram @kdramanews.id.

3.2.3. Deskripsi Variabel Keputusan Menonton Drama Korea

a. Pengenalan Kebutuhan

Tabel 3.15 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 1

Persentase responden menyatakan bahwa saya mengakses akun

Instagram @kdramanews.id ketika saya ingin menonton drama korea

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	2	2%	
Netral	11	11%	
Setuju	35	35%	
Sangat Setuju	52	52%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.15 yang ditampilkan maka didapati jika responden yang memberikan pernyataan sangat tidak setuju mengakses akun Instagram @kdramanews.id ketika ingin menonton drama korea sejumlah 0 individu yang mempunyai persentase 0%. Sementara kategori tidak setuju sejumlah 2 individu yang mempunyai persentase 2%. Responden yang melakukan pemilihan kategori netral berjumlah sejumlah 11 individu yang mempunyai persentase 11%, dan responden yang menyatakan setuju berjumlah sejumlah 35 individu yang mempunyai persentase 35% sedangkan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 52 individu yang mempunyai persentase 52%. Hasil mayoritas pada data tersebut adalah

responden yang menyatakan sangat setuju jika mengakses akun Instagram @kdramanews.id ketika ingin menonton drama korea.

b. Pencarian Informasi

Tabel 3.16 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 2

Persentase responden menyatakan bahwa saya menggunakan akun Instagram @kdramanews.id sebagai referensi untuk memilih drama korea yang ingin saya tonton

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	9	9%	
Setuju	42	42%	
Sangat Setuju	48	48%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.16 diatas menggambarkan hasil dari jawaban responden atas pernyataan menggunakan akun Instagram @kdramanews.id sebagai referensi untuk memilih drama korea yang ingin saya tonton. Responden yang memilih kategori sangat tidak setuju sejumlah 0 individu yang mempunyai persentase 0%. Pada kategori tidak setuju terdapat 1 individu yang mempunyai persentase 1% serta kategori netral terdapat 9 individu yang mempunyai persentase 9%. Sedangkan untuk kategori setuju sejumlah sebanyak 42 individu yang mempunyai persentase 42% dan kategori sangat

setuju sejumlah 48 orang yang mempunyai persentase 48%. Dari data tersebut, hasil mayoritas adalah responden yang menyatakan sangat setuju untuk menggunakan akun Instagram @kdramanews.id sebagai referensi untuk memilih drama korea yang ingin saya tonton.

Tabel 3.17 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 3

Persentase responden menyatakan bahwa saya merasa perlu mendapatkan Informasi dari akun Instagram @kdramanews.id sebelum memutuskan drama korea yang akan saya tonton

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	15	15%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	38	38%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.17 diatas menampilkan hasil dari jawaban responden atas pernyataan merasa perlu mendapatkan Informasi dari akun Instagram @kdramanews.id sebelum memutuskan drama korea yang akan saya tonton. Responden yang memilih kategori sangat tidak setuju berjumlah 1 orang dengan persentase 1%. Pada kategori tidak setuju terdapat 1 orang dengan persentase 1% dan kategori netral terdapat 15 orang dengan persentase 15%. Sedangkan untuk kategori setuju berjumlah sebanyak 45

orang dengan persentase 45% dan kategori sangat setuju berjumlah 38 orang dengan persentase 38%. Dari data tersebut, hasil mayoritas adalah responden yang menyatakan setuju untuk pernyataan bahwa responden merasa perlu mendapatkan Informasi dari akun Instagram @kdramanews.id sebelum memutuskan drama korea yang akan responden tonton.

a. Evaluasi Alternatif

Tabel 3.18 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 4

Persentase responden menyatakan bahwa saya membuat penilaian mengenai apakah sebuah drama korea layak ditonton berdasarkan rekomendasi dari akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	10	10%	
Setuju	42	42%	
Sangat Setuju	47	47%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.18 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa responden membuat penilaian mengenai apakah sebuah drama korea layak ditonton berdasarkan rekomendasi dari akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah

sebanyak 1 orang dengan persentase 1% dan kategori netral berjumlah sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. Responden yang setuju berjumlah 42 orang dengan persentase 42% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 47 orang dengan persentase 47%. Hasil mayoritas mengutarakan sangat setuju bahwa responden membuat penilaian mengenai apakah sebuah drama korea layak ditonton berdasarkan rekomendasi dari akun Instagram @kdramanews.id.

Tabel 3.19 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 5

Persentase responden menyatakan bahwa saya memikirkan kembali pilihan drama korea saya setelah melihat detail informasi di akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	16	16%	
Setuju	49	49%	
Sangat Setuju	34	34%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Pada tabel 3.19 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa responden memikirkan kembali pilihan drama koreanya setelah melihat detail informasi di akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan

persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase 1% dan kategori netral berjumlah sebanyak 16 orang dengan persentase 16%. Responden yang setuju berjumlah 49 orang dengan persentase 49% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 34 orang dengan persentase 34%. Hasil mayoritas mengutarakan setuju bahwa memikirkan kembali pilihan drama koreanya setelah melihat detail informasi di akun Instagram @kdramanews.id.

b. Keputusan Membeli

Tabel 3.20 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 6
Persentase responden menyatakan bahwa saya memilih drama korea tertentu untuk ditonton berdasarkan informasi yang saya dapatkan dari akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	12	12%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	39	39%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.20 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa responden memilih drama korea tertentu untuk ditonton berdasarkan informasi yang responden dapatkan dari akun Instagram @kdramanews.id.

Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase 1% dan kategori netral berjumlah sebanyak 12 orang dengan persentase 12%. Responden yang setuju berjumlah 48 orang dengan persentase 48% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 39 orang dengan persentase 39%. Hasil mayoritas pada data tersebut adalah responden menyatakan setuju bahwa responden memilih drama korea tertentu untuk ditonton berdasarkan informasi yang responden dapatkan dari akun Instagram @kdramanews.id.

Tabel 3.21 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 7
Persentase responden menyatakan bahwa saya menentukan drama korea yang akan saya tonton berdasarkan ulasan di akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Netral	12	12%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	38	38%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.21 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa responden menentukan drama korea yang akan

responden tonton berdasarkan ulasan di akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dan kategori netral berjumlah sebanyak 12 orang dengan persentase 12%. Responden yang setuju berjumlah 47 orang dengan persentase 47% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Hasil mayoritas pada data tersebut adalah responden menyatakan setuju bahwa responden menentukan drama korea yang akan responden tonton berdasarkan ulasan di akun Instagram @kdramanews.id.

c. Tindakan Pasca Pembelian

Tabel 3.22 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 8
Persentase responden menyatakan bahwa saya merasa puas dengan drama korea yang saya tonton karena sesuai dengan informasi yang saya peroleh dari akun Instagram @kdramanews.id

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	11	11%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	45	45%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Tabel 3.22 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa responden merasa puas dengan drama korea yang responden tonton karena sesuai dengan informasi yang responden peroleh dari akun Instagram @kdramanews.id. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah sebanyak 0 orang dengan persentase 0% dan kategori netral berjumlah sebanyak 11 orang dengan persentase 11%. Responden yang setuju berjumlah 44 orang dengan persentase 44% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 45 orang dengan persentase 45%. Hasil mayoritas mengutarakan sangat setuju bahwa responden merasa puas dengan drama korea yang responden tonton karena sesuai dengan informasi yang responden peroleh dari akun Instagram @kdramanews.id

Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y2 Pernyataan 9

Persentase responden menyatakan bahwa saya akan berbagi informasi setelah menonton drama korea (memberikan *review*, *spoiler*, saran dan lain-lain) kepada sesama *followers* @kdramanews.id maupun orang lain

Nilai	Jumlah	Presentase	Hail Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	17	17%	
Setuju	53	53%	
Sangat Setuju	29	29%	

Total	100	100%	
-------	-----	------	--

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan November 2024

Dari tabel 3.23 diatas adalah persentase responden yang menyatakan bahwa akan berbagi informasi setelah menonton drama korea (memberikan *review*, *spoiler*, saran dan lain-lain) kepada sesama *followers* @kdramanews.id maupun orang lain. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Kategori tidak setuju berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase 1% dan kategori netral berjumlah sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Responden yang setuju berjumlah 53 orang dengan persentase 53% dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah sebanyak 29 orang dengan persentase 29%. Hasil mayoritas mengutarakan setuju bahwa responden akan berbagi informasi setelah menonton drama korea (memberikan *review*, *spoiler*, saran dan lain-lain) kepada sesama *followers* @kdramanews.id maupun orang lain.

3.3. Interval Kelas

Menggunakan informasi dari survei yang sudah diterima maka dapat di simpulkan perolehan data dari intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id terhadap kepuasan informasi dan keputusan menonton drama korea pada *followers*, data dari hasil yang diperoleh kemudian dibagi menjadi beberapa kelas interval yang dapat dihitung dengan rumus:

$$I = \frac{(A - B) + 1}{K}$$

Keterangan:

I : Interval Kelas

A : Skor Tertinggi

B : Skor Terendah

K : Jumlah Kelas

3.3.1. Interval Kelas Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)

Pada variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id dibagi menjadi tiga kelas yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel ini terdiri dari 3 pernyataan, masing-masing skor tertinggi yaitu 15 dan skor terendah 5. Dengan demikian maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(15-5)+1}{3} = 3,6$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id sebanyak 3,6 atau dibulatkan menjadi 4 dan dapat dibentuk dalam kategori berikut:

Tabel 3.24 Skala Kelas Interval Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id

Nilai		Frekuensi	Persentase
Rendah	5 - 8	5	5%
Sedang	9 - 12	27	27%
Tinggi	13 - 16	68	68%

Total	100	100%
-------	-----	------

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah 5%, nilai sedang 27% dan nilai tinggi 68%. Hal ini menunjukan bahwa variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id terbilang tinggi.

3.3.2. Interval Kelas Kepuasan Informasi (Y1)

Variabel Kepuasan Informasi dibagi menjadi tiga kelas yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel Kepuasan Informasi terdiri dari 6 pernyataan, masing-masing skor tertinggi yaitu 30 dan skor terendah 17. Dengan demikian maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(30-17)+1}{3} = 4,7$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas Kepuasan Informasi sebanyak 4,7 atau dibulatkan menjadi 5 dan dapat dibentuk dalam kategori berikut:

Tabel 3.25 Skala Kelas Interval Kepuasan Informasi (Y1)

Nilai		Frekuensi	Persentase
Rendah	17 - 21	2	2%
Sedang	22 - 26	55	55%
Tinggi	27 - 31	43	43%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah 2%, nilai sedang 55% dan nilai tinggi 43%. Hal ini menunjukan bahwa variabel Kepuasan Informasi terbilang sedang.

3.3.3. Interval Kelas Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)

Variabel Keputusan Menonton Drama Korea dibagi menjadi tiga kelas yaitu tinggi, sedang dan rendah. Variabel ini terdiri dari 9 pernyataan, masing-masing skor tertinggi yaitu 45 dan skor terendah 26. Dengan demikian maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(45-26)+1}{3} = 6,6$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas Keputusan Menonton Drama Korea sebanyak 6,6 atau dibulatkan menjadi 7 dan dapat dibentuk dalam kategori berikut:

Tabel 3.26 Skala Kelas Interval Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)

Nilai		Frekuensi	Persentase
Rendah	26 - 32	11	11%
Sedang	33 - 39	38	38%
Tinggi	40 - 46	51	51%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah 11%, nilai sedang 38% dan nilai tinggi 51%. Hal ini menunjukan bahwa variabel Keputusan Menonton Drama Korea terbilang tinggi.



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Dalam penelitian, uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah suatu instrument benar-benar valid. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item yang terdapat dalam instrumen penelitian, seperti dalam penelitian ini yaitu kuesioner memiliki tingkat validitas yang memadai sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan mendukung tujuan penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment*, yang diolah dengan IBM SPSS versi 30. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu apabila r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, setiap item dalam survei dianggap valid. Hasil uji validitas ini dilakukan menggunakan SPSS versi 30.

Tabel 4.1 Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X1)	X1	0,710	0,195	Valid
	X2	0,780	0,195	Valid
	X3	0,807	0,195	Valid
	Y1	0,647	0,195	Valid
	Y2	0,654	0,195	Valid

Kepuasan Informasi (Y1)	Y3	0,610	0,195	Valid
	Y4	0,689	0,195	Valid
	Y5	0,558	0,195	Valid
	Y6	0,705	0,195	Valid
Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)	Y7	0,533	0,195	Valid
	Y8	0,577	0,195	Valid
	Y9	0,720	0,195	Valid
	Y10	0,688	0,195	Valid
	Y11	0,663	0,195	Valid
	Y12	0,716	0,195	Valid
	Y13	0,646	0,195	Valid
	Y14	0,635	0,195	Valid
	Y15	0,569	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 30

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa r hitung untuk setiap pernyataan lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa item pernyataan pada masing-masing variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X), Kepuasan Informasi (Y1), dan Keputusan Menonton Drama Korea (Y2) dalam kuesioner dinyatakan valid. Maka kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk alat ukur dalam penelitian ini.

4.2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan rumus Corbach Alpha dan data diuji menggunakan IBM SPSS versi 30. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrument penelitian dapat dipercaya. Perhitungan uji skala reliabilitas dianggap reliabel jika perhitungan r hitung lebih besar dari t tabel 6% (0,6).

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Hitung Alpha	Keterangan
1.	Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X)	0,650	Reliabel
2.	Kepuasan Informasi (Y1)	0,718	Reliabel
3.	Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)	0,818	Reliabel

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 30

Hasil dari tabel 4.2 diatas, uji reliabilitas dari masing-masing variabel yaitu variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X), Kepuasan Informasi (Y1), dan variabel Keputusan Menonton Drama Korea (Y2) menunjukkan hasil yang signifikan, nilai hasil r hitung $> (0,6)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam variabel dinyatakan reliabel sehingga kuesioner layak untuk dijadikan alat ukur yang dapat dipercaya dan diandalkan.

4.3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji dan memastikan apakah data yang digunakan dalam suatu penelitian ini mengikuti pola distribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis statistik parametrik. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov, yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 sebagai kriteria dalam pengambilan keputusan. Hasil uji normalitas yang menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data menunjukkan memenuhi asumsi distribusi normal dan nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorav-Smirnov X Terhadap Y1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.13668981
Most Extreme Differences	Absolute		.098
	Positive		.098
	Negative		-.056
Test Statistic			.098
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.019
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.021
	99% Confidence Interval		
		Lower Bound	.017
		Upper Bound	.024

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 30

Berdasarkan hasil dari tabel 4.3 diatas, diketahui uji normalitas variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Kepuasan Informasi Pada *Followers* (Y1) dengan metode kolmogorav-smirnov dengan total data sebanyak 100 data, hasil uji normalitas nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,019 dan 0,021 dengan Monte Carlo berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas tidak terpenuhi atau nilai tidak memenuhi distribusi normal.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorav-Smirnov X Terhadap Y2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardize d Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.65142731
Most Extreme Differences	Absolute		.109
	Positive		.070
	Negative		-.109
Test Statistic			.109
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.005
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.005
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.003
		Upper Bound	.007

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 30

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 diatas, diketahui uji normalitas variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea (Y2) menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov

menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. dan Monte Carlo Sig.) 0,005 berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal karena nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah ambang batas 0,05.

4.4. Uji Korelasi Rank Spearman

Uji korelasi rank spearman dilakukan untuk menguji dan mengetahui adanya hubungan antar variabel ketika data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi asumsi normalitas. Dengan menggunakan uji korelasi rank spearman, penulis dapat mengetahui kekuatan serta arah hubungan antar variabel, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Kriteria signifikansi untuk uji korelasi rank spearman dapat ditentukan berdasarkan nilai sig. (2-tailed). Jika nilai sig. (2-tailed) yang diperoleh dari perhitungan uji korelasi lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan atau pengaruh antara kedua variabel yang diuji adalah signifikan secara statistik. Sebaliknya, jika nilai sig. (2-tailed) yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), maka pengaruh atau hubungan antara variabel tersebut dapat dikatakan tidak signifikan.

Tabel 4.5 Uji Korelasi Rank Spearman Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Kepuasan Informasi (Y1)

Correlations				
			X	Y1
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.427**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001
		N	100	100
	Y1	Correlation Coefficient	.427**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 30

Berdasarkan hasil uji korelasi rank spearman yang ditampilkan dalam tabel 4.5 diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,427 antara variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) dan Kepuasan Informasi (Y1). Nilai ini menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan sedang (*moderate correlation*) antara kedua variabel. Selain itu, nilai Sig. (2-tailed) < 0,001, lebih kecil dari 0,05 sehingga hubungan antara kedua variabel ini signifikan secara statistik. Artinya ketika intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id meningkat, kepuasan informasi juga meningkat, namun hubungan antara kedua variabel tersebut tidak terlalu kuat atau lemah, melainkan berada di tingkat sedang. Dengan kata lain, meskipun ada hubungan yang signifikan, faktor lain di luar intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id juga dapat memengaruhi kepuasan informasi pada *followers*.

Tabel 4.6 Uji Korelasi Rank Spearman Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)

Correlations				
			X	Y2
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.448**
		Sig. (2-tailed)	.	<,.001
		N	100	100
	Y2	Correlation Coefficient	.448**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,.001	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 30

Berdasarkan hasil uji korelasi rank spearman yang ditampilkan dalam tabel 4.6 diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,448 antara variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) dan Keputusan Menonton Drama Korea (Y2). Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif dengan kekuatan hubungan yang bersifat sedang (*moderate correlation*) antara kedua variabel tersebut. Selain itu, nilai Sig. (2-tailed) < 0,001, lebih kecil dari 0,05 sehingga hubungan antara kedua variabel ini signifikan secara statistik. Artinya ketika intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id meningkat, keputusan menonton drama Korea juga meningkat, namun hubungan antara kedua variabel tersebut tidak terlalu kuat atau lemah, melainkan berada di tingkat sedang. Dengan kata lain, meskipun ada hubungan yang signifikan, faktor lain di luar intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id juga dapat memengaruhi keputusan menonton drama Korea pada *followers*.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Kepuasan Informasi (Y1)

Berdasarkan hasil penelitian nilai Sig. (2-tailed) yaitu sebesar $< 0,001$ yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan informasi pada *followers*. sehingga hipotesis H1 yang menyatakan bahwa, terdapat hubungan intensitas mengakses akun instagram @kdramanews.id (X) secara signifikan terhadap kepuasan informasi pada *followers* (Y1) **diterima**.

Menurut Teori Stimulus-Organisme-Response (S-O-R) yang dikemukakan oleh Houland dalam (Effendy et al., 2015), dengan asumsi dasar yang menyatakan bahwa terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme (komunikan). Dalam penelitian ini, stimulus berupa konten yang diunggah oleh akun Instagram @kdramanews.id (S) diterima oleh pengikutnya sebagai organisme (O), yang kemudian mempengaruhi tingkat kepuasan informasi mereka sebagai respons (R).

Korelasi positif yang signifikan antara intensitas mengakses akun @kdramanews.id dan kepuasan informasi menunjukkan bahwa semakin sering pengikut mengakses konten dari akun tersebut, semakin tinggi tingkat kepuasan informasi yang mereka rasakan. Hal ini sejalan dengan asumsi dasar teori S-O-R, di mana stimulus yang konsisten dan relevan dapat mempengaruhi organisme untuk menghasilkan respons yang diharapkan.

Dalam teori S-O-R konten yang disajikan oleh akun @kdramanews.id berperan sebagai stimulus (S) yang memberikan informasi mengenai drama Korea, baik dalam bentuk berita, ulasan, atau rating. Stimulus ini kemudian diproses oleh organisme (O), yaitu individu atau pengikut akun tersebut, yang memiliki faktor internal seperti minat terhadap drama Korea, pengalaman sebelumnya dalam mengakses informasi, serta tingkat literasi media. Proses internal ini mempengaruhi bagaimana individu menilai dan merespons informasi yang diterima, yang kemudian menghasilkan respon (R), yakni kepuasan informasi. Jika informasi yang diperoleh dianggap kredibel, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan individu, maka kepuasan informasi akan meningkat. Sebaliknya, jika informasi yang diberikan tidak memenuhi harapan atau dianggap tidak valid, kepuasan informasi dapat menurun.

4.5.2. Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id (X) Terhadap Keputusan Menonton Drama Korea (Y2)

Berdasarkan hasil penelitian nilai Sig. (2-tailed) yaitu sebesar $< 0,001$ yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan menonton drama Korea pada *followers*. sehingga hipotesis H2 yang menyatakan bahwa, terdapat hubungan intensitas mengakses akun instagram @kdramanews.id (X) secara signifikan terhadap keputusan menonton drama Korea pada *followers* (Y2) **diterima**.

Menurut Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) yang dikemukakan oleh Hovland dalam (Effendy et al., 2915) menjelaskan bahwa proses komunikasi

dimulai dengan stimulus (S) yang mempengaruhi organisme (O) dan menghasilkan respon (R) tertentu. Stimulus merupakan rangsangan yang berasal dari lingkungan eksternal, organisme merujuk pada individu yang menerima stimulus dan memprosesnya melalui mekanisme internal seperti kognisi dan emosi, sedangkan respon adalah reaksi yang muncul sebagai akibat dari stimulus yang telah diproses oleh individu.

Dalam penelitian ini, akun Instagram @kdramanews.id berperan sebagai stimulus (S) yang memberikan informasi seputar drama Korea, sinopsis, ulasan, rating, serta berita terbaru seputar industri hiburan Korea. Kemudian, informasi tersebut diterima oleh organisme (O), yaitu pengikut akun Instagram @kdramanews.id. Proses internal dalam diri pengikut, seperti minat terhadap drama Korea, pengalaman sebelumnya, serta faktor sosial dan emosional, mempengaruhi bagaimana mereka menanggapi informasi yang diberikan. Setelah proses tersebut berlangsung, timbul respons (R), yaitu keputusan untuk menonton drama Korea yang direkomendasikan atau dibahas dalam akun Instagram @kdramanews.id.

Hubungan positif dan signifikan antara intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id dengan keputusan menonton drama Korea menunjukkan bahwa semakin sering individu terpapar informasi dari akun Instagram @kdramanews.id semakin besar kemungkinan individu untuk tertarik dan memutuskan menonton drama Korea. Hal ini sejalan dengan asumsi dasar teori S-O-R yang menyatakan bahwa rangsangan yang diberikan oleh media dapat memengaruhi individu, tergantung pada bagaimana individu tersebut memproses informasi yang diterima.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah didapat mengenai “Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi Dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers*”.

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang telah didapatkan berdasarkan hasil penelitian mengenai Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @kdramanews.id Terhadap Kepuasan Informasi Dan Keputusan Menonton Drama Korea Pada *Followers* sebagai berikut:

1. Dari hasil uji analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan dengan kekuatan hubungan yang bersifat sedang (moderate correlation) antara variabel intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id (X) terhadap kepuasan informasi (Y1). Artinya ketika intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id meningkat, kepuasan informasi juga meningkat, namun hubungan antara kedua variabel tersebut tidak terlalu kuat atau lemah, melainkan berada di tingkat sedang.
2. Berdasarkan hasil uji analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan dengan kekuatan hubungan yang bersifat sedang (moderate correlation) antara variabel intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id (X) keputusan menonton drama Korea (Y2). Artinya ketika intensitas mengakses akun Instagram @kdramanews.id

meningkat, keputusan menonton drama Korea juga meningkat, namun hubungan antara kedua variabel tersebut tidak terlalu kuat atau lemah, melainkan berada di tingkat sedang.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan *google form* sebagai metode dalam penyebaran kuesioner, sehingga tidak berinteraksi secara langsung dengan responden pada saat penelitian. Keterbatasan ini menjadikan informasi yang diisikan oleh responden terbatas pada kuesioner.
2. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini terbatas, sehingga hasil penelitian mungkin kurang representatif untuk menggambarkan keseluruhan populasi *followers* akun Instagram @kdramanews.id. Ukuran sampel yang kecil dapat memengaruhi generalisasi temuan penelitian ke audiens yang lebih luas.
3. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu yang terbatas, sehingga data yang dikumpulkan hanya mencerminkan kondisi dan perilaku responden pada periode tertentu. Hal ini dapat menyebabkan hasil penelitian kurang merepresentasikan perubahan tren atau dinamika penggunaan media dalam jangka panjang.

5.3. Saran

1. Secara Akademis

Penelitian ini dimaksudkan sebagai referensi dan evaluasi bagi penelitian selanjutnya untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku pengguna. Peneliti di masa depan disarankan untuk

memperluas cakupan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain, seperti kualitas konten atau keterlibatan pengguna, serta menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

2. Secara Praktis

Pengelola akun Instagram @kdramanews.id dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengoptimalkan konten yang mereka sajikan, terutama konten yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan informasi dan memengaruhi keputusan menonton drama Korea. Penyajian informasi yang lebih interaktif dan sesuai dengan preferensi followers dapat meningkatkan daya tarik akun dan mendorong keterlibatan pengguna.

3. Secara Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan literasi digital masyarakat melalui edukasi mengenai cara memverifikasi informasi yang diterima, seperti mengecek sumber informasi dan memastikan kredibilitas akun atau platform yang digunakan. Dengan begitu, masyarakat dapat mengurangi risiko menerima informasi yang tidak valid atau menyesatkan, sehingga penggunaan media sosial lebih efektif dalam membantu proses komunikasi dan pengambilan keputusan tanpa memberikan dampak negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Andrian, Putra Christophorus, I. W., Jumawan, Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Ardial, H. (2014). *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (1 ed.). Guepedia.

Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Lubis, Z. (2021). *Statistik Penerapan Untuk Ilmu Ilmu Sosial Dan Ekonomi* (1 ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Muchson. (2017). *Statistik Deskriptif* (1 ed.). Bogor: Guepedia.

Norfai, Indah, M. F., Nugroho, P. S., Qariati, N. I., Hadi, Z., Rahman, E., & Anggraeni, S. (2019). *Aplikasi Program Stata: Analisis Data Untuk Bidang Kesehatan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.

Supriadi, I. (2022). *Riset Akuntansi Keperilakuan: Penggunaan SMARTPLS Dan SPSS Include Macro Andrew F. Hayes*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Swarjana, I. K. (2016). *Statistik Kesehatan* (1 ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Syafrina, Annisa, E. (2022). *Komunikasi Massa*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara

Tegor, Susanto, A., Togatorop. V., Sulivyo, L., & Sidwanto, D. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (1 ed.). Klaten: Penerbit Lakeisha.

Sumber Jurnal

Damayanti, A. P., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial Tiktok. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, *V*(1), 57–73. <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/1978/348>

Effendy, C., Vernooij-Dassen, M., Setiyarini, S., Kristanti, M. S., Tejawinata, S., Vissers, K., & Engels, Y. (2015). Family caregivers' involvement in caring for a hospitalized patient with cancer and their quality of life in a country with strong family bonds. *Psycho-Oncology*, *24*(5), 585–591.

Putri, A. E. (2020). PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @JKTINFO TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LALU LINTAS

FOLLOWERS (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo). *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 129–141. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1230>

Raden, S., Anfas, & Irfandi, B. (2018). PENGARUH KEPUASAN INFORMASI TERHADAP KEPUASAN MEMILIH PERGURUAN TINGGI. *Bongaya Journal of Research in Management*, Volume 1 N, 18–24.

Sanida, D. S., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 1–17. <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/1911/345>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Yuli, P. F., & Maria, Y. (2021). KEPUASAN MAHASISWA SURABAYA DALAM MENGGUNAKAN MESSAGING APPLICATION (LINE, WHATSAPP, DAN BBM) SURABAYA STUDENT SATISFACTION IN USING THE MESSAGING APPLICATION (LINE, WHATSAPP, AND

BBM). *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja, Volume 16.*

Sumber Skripsi

Desthania, Falda. (2022). Efektivitas Konten Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Balikpapanku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

