

PENGARUH KUALITAS INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM

@MASTERBLOCK_ID DALAM MENINGKATKAN CITRA

PERUSAHAAN PT MASTERBLOCK INDONESIA

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana ilmu komunikasi**



Disusun Oleh:

DAVID FERNANDO HUTAGALUNG

(190900060)

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2023

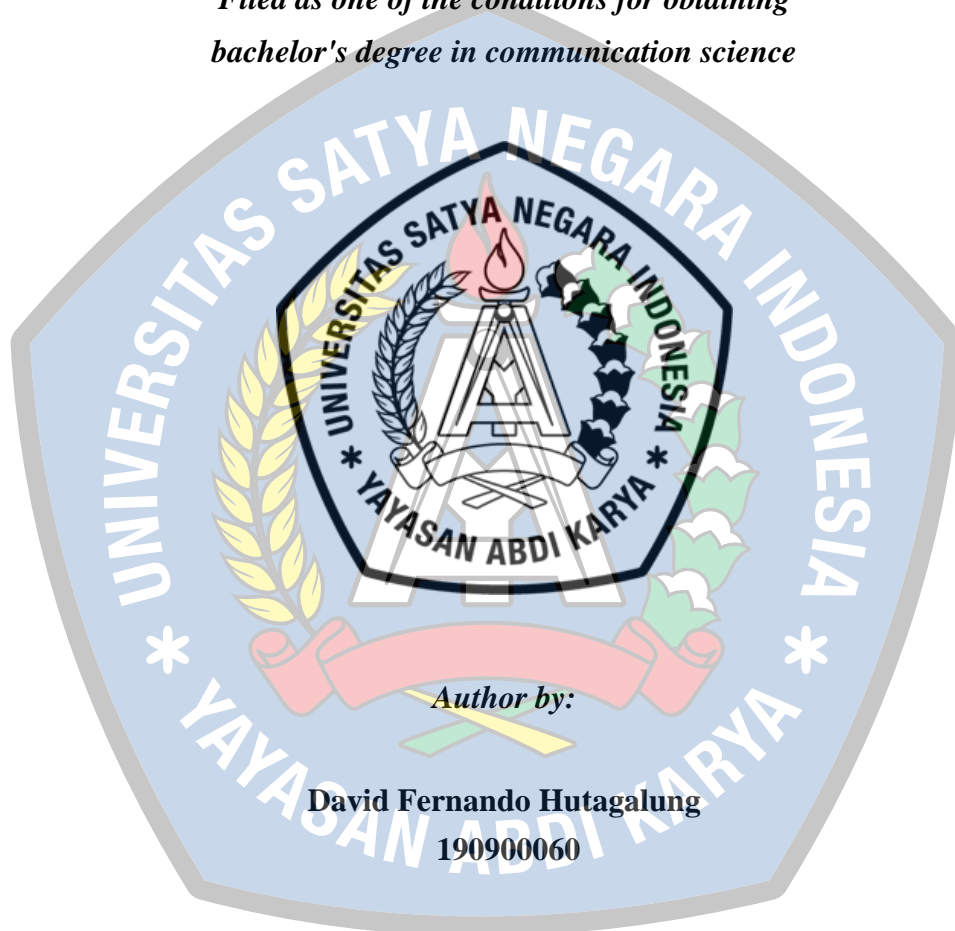
THE INFLUENCE OF INSTAGRAM QUALITY INSTAGRAM

@MASTERBLOCK_ID IN ENHANCING THE COMPANY

IMAGE OF PT MASTERBLOCK INDONESIA

THESIS

*Filed as one of the conditions for obtaining
bachelor's degree in communication science*



Author by:

**David Fernando Hutagalung
190900060**

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA

JAKARTA

2023

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS
SATYA NEGARA INDONESIA PERNYATAAN
KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 24 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



David Fernando Hutagalung
(190900060)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : David Fernando Hutagalung
NIM : 190900060
JUDUL : Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram

@Masterblock_id Dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan PT Masterblock Indonesia.

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation (PR)

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 24 Juli 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I


(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.kom)


(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Ketua Program Studi

Dekan FISIP


(Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.I.Kom.)


(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : David Fernando Hutagalung
NIM : 190900060
JUDUL : Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram
@Masterblock_id Dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan PT Masterblock Indonesia.

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Public Relation (PR)

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang Skripsi

Jakarta, 9 Agustus 2023

Menyetujui

Ketua Penguji Drs.Solten Rajagukguk, M.M (.....)

Anggota Penguji I Agus Budiana., M.I.Kom. (.....)

Anggota Penguji II Helen Olivia., M.I.Kom. (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M.I.Kom.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M)



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Nama : David Fernando Hutagalung
NIM : 190900060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Humas
Judul : Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram
@Masterblock_Id Dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan PT Masterblock Indonesia
Jumlah Halaman : xix + 100 Halaman + 9 Lampiran
Bibliografi : 30 Buku + 5 Jurnal + 2 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya komplain yang diberikan followers instagram @masterblock_id. Komplain yang dinyatakan sangat beragam, salah satunya adalah informasi yang diberikan perusahaan kurang tepat dan komplain tersebut tidak ditanggapi dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas informasi pada Instagram terhadap citra perusahaan.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori uses and gratification (teori penggunaan dan kepuasan) dari Herbert Blumber dan Elihu Katz yang mengenalkan teori ini pada tahun 1974. Teori ini berfokus pada pengguna media sebagai pihak yang berusaha untuk mencari sumber media terbaik dalam usaha memenuhi kebutuhan informasinya.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif serta metode survey dan sifat penelitian yang bersifat eksplanatif. Penulis menggunakan teknik probability sampling yaitu simple random sampling dengan populasi 977 dan 91 sampel, lalu teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket).

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas informasi yang ada pada akun instagram @masterblock_id memiliki pengaruh sebesar 40% dimana khalayak lebih memilih untuk mengedepankan informasi relevan sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan jumlah hasil presentasi tertinggi dari dimensi masing-masing variabel yaitu variabel relevansi dan kepribadian.

Kata Kunci : Penggunaan Instagram, Kualitas Informasi, Citra perusahaan
Pembimbing I : Drs. Solten Rajagukguk, M.M
Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA JAKARTA**

Nama : David Fernando Hutagalung
NIM : 190900060
Program Studi : Communication Studies
Peminatan : Public Relation
Judul : The Influence Of Instagram Quality Instagram
@masterblock_id In Enhancing The Company Image
Of PT Masterblock Indonesia
Jumlah Halaman : xix + 100 Pages + 9 Appendices
Bibliografi : 30 Book + 5 Journal + 2 Internet Articles

ABSTRACT

This research is motivated by complaints from Instagram followers @masterblock_id. The complaints stated were very diverse, one of which was that the information provided by the company was inaccurate and the complaint was not properly responded to. This study aims to determine the quality of information on Instagram on corporate image.

The theory used in this research is the uses and gratification theory from Herbert Blumber and Elihu Katz who introduced this theory in 1974.. This theory focuses on media users as parties who seek to find the best media sources in an effort to meet their information needs.

This study uses a positivistic paradigm with a quantitative approach and survey method and the nature of the research is explanatory. The author uses a probability sampling technique, namely simple random sampling with a population of 977 and 91 samples, then the data collection technique used is a questionnaire (questionnaire).

The results of this study prove that the quality of information available on the Instagram account @masterblock_id has an influence of 40% where audiences prefer to prioritize relevant information in accordance with facts and can be accounted for based on the highest number of presentation results from the dimensions of each variable, namely relevance and personality variables.

Keywords : Instagram Usage, Information Quality, Corporate Image
Supervisor I : Drs. Solten Rajagukguk, M.M
Advisor II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.kom