

**PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM
@SUKKHACITTA TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SUKKHACITTA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom.)

Disusun Oleh:

MARIA DEIANEIRA EVANGELISTA / 180906578

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM @SUKKHACITTA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUKKHACITTA

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MARIA DEIANEIRA EVANGELISTA

180906578

Disetujui oleh :



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Sukkhacitta terhadap Minat Beli Produk Sukkhacitta

Penyusun : Maria Deianeira Evangelista

NPM : 180906578

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 18 Oktober 2023

Pukul : 12.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran II Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

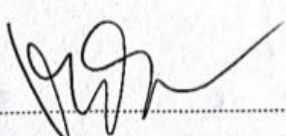
Penguji Utama

R.A. Vita N.P. Astuti, S.Pd, M.Hum, Ph.D

Penguji I

Immanuel Dwi Asmoro, S.I.Kom, M.I.Kom.

Penguji II


Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., MA
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Deianeira Evangelista

NPM : 180906578

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Sukkhacitta terhadap
Minat Beli Produk Sukkhacitta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 4 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Maria Deianeira Evangelista

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, karunia, kasih dan penyertaan yang telah Ia berikan, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Sukkhacitta terhadap Minat Beli Produk Sukkhacitta.” Penelitian ini disusun guna menyelesaikan tugas akhir penulis sebagai persyaratan pendidikan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini terlepas dari kekurangan yang ada pada penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak untuk meluangkan waktunya serta memberikan dukungan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberkati dan menyertai setiap langkah dan proses penyusunan skripsi ini serta selalu mendengarkan setiap keluhan kesah selama proses mengerjakan skripsi ini.
2. Papa dan mama, kedua orang tua saya yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan mendoakan saya supaya proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
3. Maria Devaneira Evangelista, saudara kembar saya yang telah mendorong dan mendampingi saya sejak awal kuliah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Pak El, selaku dosen pembimbing saya yang selalu membantu saya dalam kesulitan ketika mengerjakan skripsi, serta memperhatikan setiap progress perkembangan dari skripsi ini sehingga pada akhirnya dapat selesai dengan sebaik-baiknya.
5. Teman-teman saya, Vinka, Tama, Angelica, Yockey, Nando, Dito dan lainnya yang telah mendukung saya baik secara emosional maupun non-emosional untuk dapat menyelesaikan segera skripsi ini dengan baik.

6. Butter Hour, Kak Silvia, Anin, Ibu, Mbak Saras yang selama proses penyusunan skripsi ini juga membantu meluangkan waktu untuk memberi semangat.
7. Pengikut akun Instagram @Sukkhacitta yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
8. Dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dukungan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik atau saran yang sekiranya dapat membangun.

Yogyakarta, 3 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Maria Deianeira Evangelista

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
ABSTRAK	13
BAB I PENDAHULUAN	14
A. LATAR BELAKANG.....	14
B. RUMUSAN MASALAH	20
C. TUJUAN PENELITIAN	20
D. MANFAAT PENELITIAN	20
E. KERANGKA TEORI	21
1. <i>Elaboration Likelihood Model</i>	21
2. Konten	23
3. Minat Beli.....	25
F. KERANGKA KONSEP	30
G. DEFINISI OPERASIONAL	32
H. HIPOTESIS.....	37
I. METODOLOGI PENELITIAN	37
1. Jenis Penelitian	37
3. Jenis Data.....	40
Data Primer.....	40
e. Teknik Pengumpulan Data.....	40
f. Skala Pengukuran.....	40
g. Uji Validitas	41
h. Uji Reliabilitas	43
i. Teknik Analisis Data.....	43
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	45
BAB III PEMBAHASAN	50
1. DESKRIPSI DATA.....	50
2. NILAI MEAN INDIKATOR KUALITAS KONTEN	73
3. NILAI MEAN INDIKATOR MINAT BELI.....	76

4. ANALISIS REGRESI SEDERHANA	78
5. ANALISIS HASIL TEMUAN DATA	81
BAB IV PENUTUP.....	88
A. KESIMPULAN.....	88
B. SARAN	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @Sukkhacitta, 2023	18
Gambar 1. 2 Teori ELM, 2023.....	22
Gambar 1. 3 Unggahan akun Instagram Sukkhacitta,2023.....	47
Gambar 1. 4 Produk Kolaborasi Sukkhacitta x Andra Alodita,2023.....	48
Gambar 1. 5 Produk Kolaborasi Sukkhacitta,2023.....	84
Gambar 1. 6 Deskripsi produk Sukkhacitta,2023	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Definisi Operasional	32
Tabel 1. 2 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 1. 3 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 1. 4 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	50
Tabel 1. 5 Tabel Interval Usia Responden	51
Tabel 1. 6 Konten foto pada Instagram @Sukkhacitta berisi pesan informatif mengenai produk Sukkhacitta	52
Tabel 1. 7 Konten video pada Instagram @Sukkhacitta berisi pesan informatif mengenai produk Sukkhacitta	53
Tabel 1. 8 Konten stories pada instagram @Sukkhacitta berisi pesan informatif mengenai produk Sukkhacitta	54
Tabel 1. 9 Konten foto yang dibagikan oleh @Sukkhacitta dikemas sebagai konten yang menghibur.....	55
Tabel 1. 10 Konten video yang dibagikan oleh @Sukkhacitta dikemas sebagai konten yang menghibur.....	56
Tabel 1. 11 Konten stories yang dibagikan oleh @Sukkhacitta dikemas sebagai konten yang menghibur.....	57
Tabel 1. 12 Konten foto yang disajikan oleh @Sukkhacitta bukan plagiasi.....	58
Tabel 1. 13 Konten video yang disajikan oleh @Sukkhacitta bukan plagiasi	59
Tabel 1. 14 Konten Stories yang disajikan oleh @Sukkhacitta bukan plagiasi....	60
Tabel 1. 15 Konten foto yang disajikan @Sukkhacitta sesuai dan bermakna bagi audiens.....	61
Tabel 1. 16 Konten video yang disajikan @Sukkhacitta sesuai dan bermakna bagi audiens.....	62
Tabel 1. 17 Konten stories yang disajikan @Sukkhacitta sesuai dan bermakna bagi audiens.....	63
Tabel 1. 18 Konten foto yang disajikan @Sukkhacitta aktual mengenai deskripsi produk yang dijual.....	64
Tabel 1. 19 Konten video yang disajikan @Sukkhacitta aktual mengenai deskripsi produk yang dijual.....	65
Tabel 1. 20 Konten stories yang disajikan @Sukkhacitta Sukkhacitta aktual mengenai deskripsi produk yang dijual.....	66
Tabel 1. 21 Saya cenderung untuk mengikuti event yang diselenggarakan oleh Sukkhacitta.....	67
Tabel 1. 22 Saya cenderung untuk membeli produk Sukkhacitta.....	68
Tabel 1. 23 Saya dapat merekomendasikan produk Sukkhacitta kepada teman...	69
Tabel 1. 24 Saya dapat merekomendasikan produk Sukkhacitta kepada keluarga	69

Tabel 1. 25 Brand Sukkhacitta merupakan preferensi utama saya dalam produk fashion lokal	70
Tabel 1. 26 Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Sukkhacitta melalui Instagram	71
Tabel 1. 27 Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Sukkhacitta melalui teman	72
Tabel 1. 28 Tabel Skala Interval Nilai Mean.....	73
Tabel 1. 29 Tabel Nilai Mean Helpful.....	74
Tabel 1. 30 Tabel Nilai Mean Entertaining	74
Tabel 1. 31 Tabel Nilai Mean Authentic.....	75
Tabel 1. 32 Tabel Nilai Mean Relevant.....	75
Tabel 1. 33 Tabel Nilai Mean Timely	76
Tabel 1. 34 Tabel Nilai Mean Minat Transaksional	76
Tabel 1. 35 Tabel Nilai Mean Minat Referensial	77
Tabel 1. 36 Tabel Nilai Mean Preferensial.....	77
Tabel 1. 37 Tabel Nilai Mean Eksploratif.....	78
Tabel 1. 38 Hasil Uji Regresi Nilai RSquare.....	78
Tabel 1. 39 Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	80

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN 1.....	95
-----------------------------	----



PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM @SUKKHACITTA

TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUKKHACITTA

Maria Deianeira Evangelista

ABSTRAK

Fashion lokal di Indonesia merupakan salah satu bidang industri yang ramai diperbincangkan sejak 2020 akhir di Indonesia. Produk *fashion* lokal di Indonesia menjadi satu dari tiga tombak dari perekonomian di Indonesia bahkan saat dilanda pandemi COVID-19. Sebagai salah satu *brand* lokal asli Indonesia, Sukkhacitta berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya dengan cara menumbuhkan minat beli masyarakat Indonesia. Melalui konten yang diunggah dalam laman akun instagramnya, Sukkhacitta berusaha untuk membangun dan menarik minat audiens. Sukkhacitta menggunakan beberapa *platform online* untuk memasarkan produknya salah satunya melalui Instagram. Saat ini, akun Instagram @sukkhacitta memiliki 53.000 pengikut.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas konten pada akun Instagram @sukkhacitta terhadap minat beli produk Sukkhacitta. Penelitian ini menggunakan teori dasar *Elaboration Likelihood Model* untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas dari konten yang diunggah oleh Sukkhacitta terhadap minat beli produknya. Sampel pada penelitian ini adalah 117 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @sukkhacitta dengan rentang usia 21-36 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan diuji menggunakan regresi linear sederhana untuk membuktikan hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas konten Instagram @sukkhacitta terhadap minat beli produk Sukkhacitta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan nilai probabilitas 0,05. Oleh karena itu, dapat dibuktikan bahwa pengaruh yang signifikan antara kualitas konten Instagram @Sukkhacitta terhadap minat beli produk Sukkhacitta. Pengaruh yang ditemukan sebesar 33,9% dengan 66,1% sisanya dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya.

Kata kunci: *Kualitas Konten, Minat Beli, Elaboration Likelihood Model*