

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING***

Skripsi, Juni 2022

Yulianti

2018140055

**Pengaruh Konten Instagram Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sayurbox di Masa Pandemi COVID-19
(Survey pada *Followers* Instagram @sayurbox)**

ABSTRAK

Konten Instagram merupakan sosial media layanan aplikasi yang dapat memungkinkan pengguna menyebarkan postingan seperti foto, video yang dapat dibagikan ke jejaring sosial media lainnya. Pengguna Instagram juga bisa berinteraksi dengan akun lain melalui berbagai konten yang disediakan Instagram seperti, *like*, *comment*, *direct message*, dan *story Instagram*. Tersedianya berbagai fitur dalam satu aplikasi menjadi alasan utama ketertarikan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Fitur-fitur baru yang selalu dihadirkan oleh Instagram semakin memunculkan sifat ketergantungan pada aplikasi ini. Sayurbox merupakan sebuah aplikasi yang berbasis digital untuk membantu para masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah 1)mengetahui konten Sayurbox di Instagram. 2)mengetahui keputusan penggunaan aplikasi Sayurbox pada *followers* @sayurbox, 3)mengukur pengaruh konten Sayurbox di Instagram terhadap keputusan penggunaan aplikasi pada *followers* @sayurbox.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten instagram Miles, keputusan penggunaan aplikasi Kotler dan Keller. Pendekatan dalam penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data Uji regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @sayurbox sejumlah 62 responden dihitung menggunakan rumus slovin teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*.

Temuan atau hasil penelitian ini adalah konten Instagram sebagian besar responden menjawab setuju. dimensi IG TV Pernyataan ke-9 memiliki nilai mean 3,98. Responden menjawab bahwa Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox hanya menampilkan dengan waktu yang cukup singkat. Sedangkan nilai terendah dari dimensi Caption Pernyataan ke-25 dengan jumlah 3,13 responden menjawab saya merasa caption yang ditulis oleh akun @sayurbox unik. Keputusan penggunaan aplikasi sebagian besar responden menjawab setuju. dimensi pengenalan masalah Y3 dengan jumlah 3,48 responden menjawab saya membutuhkan pembelian di aplikasi sayurbox karena memudahkan saya dalam berbelanja melalui gadget. Terdapat pengaruh antara konten Instagram dengan keputusan penggunaan aplikasi Sayurbox di masa pandemi covid-19 sebesar 0,745 atau 74,5%. Artinya konten Instagram berpengaruh kuat terhadap keputusan penggunaan aplikasi Sayurbox. Sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Konten, Instagram, Keputusan Penggunaan.
Refrensi : 20 Buku, 4 Jurnal dan 3 Situs web
Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari., M.Si

MOTTO

“BERBUAT BAIKLAH TANPA PERLU ALASAN”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini untuk :

Kedua Orang Tua dan Kakak