

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KEBUDAYAANJAKTIM
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KEBUDAYAAN BETAWI
TERKAIT KESENIAN LENONG BETAWI PADA MASYARAKAT**

**(Studi Kuantitatif pada *Likers* Konten “Lenong Betawi” tanggal 20
November 2024)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

Ivanna Rusli
1410621015

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Ivanna Rusli (1410621015), Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanajaktim Terhadap Kebutuhan Informasi Kebudayaan Betawi Terhadap Kesenian Lenong Betawi pada Masyarakat (Studi Kuantitatif Pada *Likers* Konten “Lenong Betawi” Tanggal 20 November 2024), Skripsi, Jakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025, 162 halaman, 14 buku, (1983-2021): 14 artikel, (2020 – 2018)

Media sosial merupakan sarana komunikasi berbasis internet yang digunakan sebagai alat untuk berinteraksi antar individu tanpa mengenal jarak dan waktu. Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Timur memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai budaya Betawi kepada masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait kesenian Lenong Betawi pada *likers*, akun Instagram @kebudayaanajaktim dipilih peneliti sebagai objek penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Instagram @kebudayaanajaktim terhadap kebutuhan informasi kesenian Lenong Betawi pada *likers*.

Penelitian ini menggunakan teori New Media yang menggambarkan bahwa media sosial berperan penting dalam proses komunikasi dan penyebaran informasi secara cepat. Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni variabel media sosial (X) dan variabel kebutuhan informasi (Y). Variabel media sosial (X) terdiri dari empat dimensi, yaitu *social media use for communication*, *social media use for collaboration*, *social media use for education*, dan *social media use for entertainment*. Sedangkan pada variabel kebutuhan informasi (Y) terdiri dari empat dimensi, yaitu *current approach*, *everyday approach*, *exhaustic approach*, dan *catching-up approach*.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah survei, dimana kuesioner penelitian disebarkan melalui fitur *direct message* Instagram dengan menggunakan platform *Google Form*.. Populasi dalam penelitian ini adalah *likers* konten “Lenong Betawi” pada 20 November 2024, yakni sebanyak 134 akun. Sampel diambil menggunakan teknik *Non-probability* melalui jenis *purposive sampling* dengan kriteria tertentu sebanyak 100 responden.

Analisis data yang dilakukan meliputi analisis univariat dan bivariat melalui uji normalitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Lenong Betawi yang diunggah pada akun Instagram @kebudayaanajaktim (X)

tanggal 20 November 2024 memberikan pengaruh positif yang cukup kuat terhadap kebutuhan informasi *likers* (Y) terkait kesenian Lenong Betawi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial @kebudayaanjaktim berperan penting dalam memberikan kebutuhan informasi bagi *likers* terhadap kesenian Lenong Betawi. Peneliti menyarankan agar kedepannya Instagram @kebudayaanjaktim dapat lebih meningkatkan komunikasi yang efektif dalam memberikan informasi mendalam pada *likers* terhadap kesenian Lenong Betawi.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi, Budaya Betawi, Lenong Betawi.



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Ivanna Rusli (1410621015), The Influence of Instagram Social Media @kebudayaanjaktim on the Information Needs of Betawi Culture Regarding Lenong Betawi Performing Arts Among the Public (Quantitative Study on “Lenong Betawi” Content Likers Dated November 20, 2024), Thesis, Jakarta, Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2025: 162 pages, 14 books (1983–2021), 14 articles (2018–2025)

Social media is an internet-based communication tool used to enable interaction between individuals without limitations of distance and time. Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Timur utilizes Instagram as a platform to share information about Betawi culture to the public. To fulfill the informational needs related to Lenong Betawi among its likers, the Instagram account @kebudayaanjaktim was chosen as the object of this research. The study aims to determine the extent to which the Instagram account @kebudayaanjaktim influences the information needs concerning Lenong Betawi among its followers.

This research adopts the New Media Theory, which describes the significant role of social media in enabling fast communication and information dissemination. There are two variables used in this study: the independent variable (X), which is social media, and the dependent variable (Y), which is information needs. The social media variable (X) comprises four dimensions: social media use for communication, collaboration, education, and entertainment. Meanwhile, the information needs variable (Y) consists of four dimensions: current approach, everyday approach, exhaustive approach, and catching-up approach.

The research is conducted under the positivist paradigm with a quantitative approach. The method applied is a survey, in which the questionnaire was distributed through Instagram's direct message feature using the Google Forms platform. The population in this study includes the likers of the “Lenong Betawi” content posted on November 20, 2024, totaling 134 accounts. The sample was selected using a non-probability technique, specifically purposive sampling, with specific criteria resulting in 100 respondents.

The data analysis includes univariate and bivariate analyses, using normality tests, linearity tests, simple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The results show that the Lenong Betawi content posted on the Instagram account @kebudayaanjaktim (X) on November 20, 2024, has a significantly positive influence on the information needs (Y) of its likers regarding Lenong Betawi.

This study concludes that the Instagram account @kebudayaanjaktim plays an important role in fulfilling the information needs of its likers regarding Lenong Betawi. The researcher recommends that in the future, the Instagram account @kebudayaanjaktim enhances its communication strategies to provide more in-depth information to its followers regarding Lenong Betawi.

Keywords: Social Media, Instagram, Information Needs, Betawi Culture, Lenong Betawi



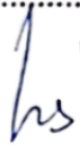
Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si NIP. 197311212006042001 Ketua Sidang		30/07/2025
2	Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Sekretaris		31/07/2025
3	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Penguji Ahli		29/07/2025
4	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si NIP. 197311152006042001 Pembimbing I		29/07/2025
5	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP. 199109142019032022 Pembimbing II		29/07/2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ivanna Rusli

NIM : 1410621015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kebudayaan Betawi Terkait Pertunjukan Lenong Betawi Pada Masyarakat (Studi Kuantitatif Pada *Likers* Konten "Lenong Betawi" Tanggal 20 November 2024)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kebudayaan Betawi terkait Pertunjukan Lenong Betawi Pada Masyarakat (Studi Kuantitatif Pada *Likers* Konten "Lenong Betawi" Tanggal 20 November 2024)"** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta 25 Juni 2025

10000
METERAI
TEMPEL
3EAB6AMX028313001
Ivanna Rusli
NIM. 1410621015



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ivanna Rusli
NIM : 1410621015
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmunya Komunikasi
Alamat email : ivanna.rusli30@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Kebutuhan Informasi

Kebudayaan Betawi Terkait Kesenian Lenong Betawi Terhadap Masyarakat (Studi

Kuantitatif Pada Konten "Lenong Betawi Tanggal 20 November 2024)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Agustus 2025

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan karunia yang tiada henti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Kebutuhan informasi Kebudayaan Betawi Terkait Kesenian Lenong Betawi Pada Masyarakat (Studi Kuantitatif Pada *Likers* Konten “Lenong Betawi” Pada Tanggal 20 November 2024).

Dengan hati yang tulus, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua peneliti, yaitu kepada Papa Zulkarnain yang senantiasa memberikan rangkulan hangat untuk peneliti dan kepada Mama Emilia Lie yang selalu mengedepankan anak-anaknya untuk meraih pendidikan setinggi-tingginya. Semoga Papa dan Mama dapat hidup lebih lama, karena harus ada Papa dan Mama di setiap langkah hidup peneliti. Tak lupa peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang turut andil dalam perjalanan peneliti, yaitu:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya;
2. Firdaus Wajdi, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum beserta jajarannya;
3. Dr. Dini Safitri, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
5. Dr. Elisabeth Nugrahaeni P. M.Si., dan Nada Arina Romli, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing peneliti yang telah membimbing, memberi masukan, dan meluangkan waktu untuk peneliti selama penyusunan skripsi ini;

6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom.,. Dr. Elisabeth Nugrahaeni P. M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos.,M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom, Dr. M.Fikri Akbar, M.Si, M.M., dan Shandy Allifiansyah S.I.Kom., MA. Ph.D yang telah membimbing peneliti selama duduk di bangku perkuliahan;
7. Teman terbaik peneliti, M. Fachrendy Fiqih Ramadhani yang selalu kebersamai peneliti sejak awal menjejakkan kaki di Program Studi Ilmu Komunikasi dan senantiasa memberikan dukungan yang positif;
8. Keluarga Duta Fakultas Ilmu Sosial tahun 2023, Dudin, Adi, Rachma, Ariz, Cahya, Olive dan Putri, yang telah kebersamai peneliti selama menjabat serta selalu memberikan warna dalam keadaan apapun;
9. Seluruh teman-teman di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021 yang senantiasa membantu peneliti dan memberikan motivasi positif kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 23 Juni 2025

Intelligentia - Dignitas Peneliti,

Ivanna Rusli

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.5.1 Manfaat Akademis.....	24
1.5.2 Manfaat Praktis.....	25
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
2.1 Tinjauan Teoritis.....	26
2.1.1 Teori <i>New Media</i>	26
2.2 Variabel Penelitian	29
2.2.1 Media Sosial (X)	29
2.2.2 Kebutuhan Informasi (Y).....	33
2.3 Penelitian Terdahulu	37
2.4 Hipotesis Teori	54
2.5 Model Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Paradigma Penelitian	55

3.2 Metode Penelitian	55
3.3 Pendekatan Penelitian	56
3.4 Jenis Penelitian	57
3.5 Subjek Penelitian	57
3.5.1 Populasi	57
3.5.2 Sampel	58
3.5.3 Ukuran Sampel	58
3.5.4 Teknik Penarikan Sampel	59
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	62
3.6.1 Hipotesis riset	62
3.6.2 Hipotesis Statistik	62
3.7. Metode Pengumpulan Data	63
3.8 Validitas dan Reliabilitas	63
3.8.1 Validitas	63
3.8.2 Reliabilitas	65
3.9. Metode Analisis Data	68
3.9.1. Analisis Univariat	68
3.9.2. Analisis Bivariat	68
3.9.2.1 Uji Normalitas	69
3.9.2.2 Uji Linearitas	69
3.9.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana	70
3.9.2.4 Uji Hipotesis	70
3.9.2.5 Uji Koefisien Determinasi	71
3.10. Definisi operasional	71
3.11 Operasional Konsep	74
3.12 Waktu dan tempat Penelitian	76
3.13 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	76
3.13.1 Keterbatasan Penelitian	76
3.13.2 Kelemahan Penelitian	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Hasil Penelitian	78

4.1.1 Hasil Penelitian Variabel Media Sosial (X)	78
4.1.2 Hasil Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	97
4.1.3 Nilai <i>Mean</i> Variabel Media Sosial (X)	121
4.1.3.1 Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Media Sosial (X) .	121
4.1.3.2 Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator Variabel Media Sosial (X)	122
4.1.4 Nilai <i>Mean</i> Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	124
4.1.4.1 Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	124
4.1.4.2 Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	125
4.1.5 Hasil penelitian Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Kebutuhan Informasi Kebudayaan Betawi Terkait Lenong Betawi Pada <i>Likers</i>	127
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	127
4.1.5.2 Hasil Uji Linearitas.....	128
4.1.5.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	129
4.1.5.4 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	130
4.1.5.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	131
4.2. Pembahasan Penelitian	132
4.2.1. Pembahasan Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Kebudayaan Betawi Terkait Kesenian Lenong Betawi Pada <i>Likers</i> Dalam Konten “Lenong Betawi” Tanggal 20 November 2024	132
4.2.2 Pembahasan Kebutuhan Informasi <i>Likers</i> Terhadap Kebudayaan Betawi Terkait Kesenian Lenong Betawi pada konten “Lenong Betawi” tanggal 20 November 2024	139
4.2.3 Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram @kebudayaanjaktim Terhadap Kebutuhan Informasi Kebudayaan Betawi Terkait Kesenian Lenong Betawi Pada <i>Likers</i>	145
BAB V PENUTUP	155
5.1 Kesimpulan	155

5.2 Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	xix



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Resmi Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Timur	10
Gambar 1.2 Konten Lenong Betawi pada akun @kebudayaanjaktim	11
Gambar 1.3 Komentar Pada Unggahan Konten Instagram @kebudayaanjaktim	13
Gambar 1.4 Hasil Wawancara Singkat Dengan Followers Instagram @kebudayaanjaktim	14
Gambar 1.5 Hasil Grafik Pertanyaan Pertama Pra Riset Pada Pengikut Akun Instagram @kebudayaanjaktim	16
Gambar 1.6 Hasil Grafik Pertanyaan Kedua Pra Riset Pada Pengikut Akun Instagram @kebudayaanjaktim	17
Gambar 1.7 Hasil Grafik Pertanyaan Ketiga Pra Riset Pada Pengikut Akun Instagram @kebudayaanjaktim	18
Gambar 1.8 Hasil Grafik Pertanyaan Keempat Pra Riset Pada Pengikut Akun Instagram @kebudayaanjaktim	19
Gambar 1.9 Hasil Grafik Pertanyaan Kelima Pra Riset Pada Pengikut Akun Instagram @kebudayaanjaktim	20
Gambar 2.1 Model Penelitian	54

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Akun Instagram Resmi Suku Dinas Kebudayaan di Wilayah	5
Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Followers Akun Instagram Suku Dinas Kebudayaan di Wilayah DKI Jakarta	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Skala Interval Kuesioner.....	61
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Media Sosial	64
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Kebutuhan Informasi	65
Tabel 3.4 Case Processing Summary Variabel Media Sosial (X)	66
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X)	66
Tabel 3.6 Case Processing Summary Variabel Kebutuhan Informasi (Y)	67
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	67
Tabel 3.8 Standard Nilai Regresi.....	70
Tabel 3.9 Operasional Konsep	74
Tabel 4.1 Konten dapat diakses dengan mudah.....	78
Tabel 4.2 Konten dipahami karena menggunakan gaya penyampaian pesan yang jelas.....	79
Tabel 4.3 Akun @kebudayaanjaktim menyediakan informasi yang lengkap	80
Tabel 4.4 Informasi yang disampaikan akurat.....	80
Tabel 4.5 Konten membantu mempelajari kebudayaan Betawi	81
Tabel 4.6 Konten menarik antusiasme audiens	82
Tabel 4.7 Berbagi informasi konten dengan orang lain	83
Tabel 4.8 Membagikan konten kepada teman yang membutuhkan.....	84
Tabel 4.9 Merekomendasikan konten karena informatif	85
Tabel 4.10 Konten Lenong Betawi meningkatkan kesadaran masyarakat	85
Tabel 4.11 Konten menginspirasi audiens untuk menonton Pertunjukan Lenong Betawi.....	86

Tabel 4.12 Konten memotivasi untuk menonton Pertunjukan Lenong Betawi	87
Tabel 4.13 Konten memberikan informasi yang lengkap	88
Tabel 4.14 Memahami poin penting tentang Lenong Betawi	89
Tabel 4.15 Mampu menjelaskan kembali isi Konten	89
Tabel 4.16 Memahami sejarah Lenong Betawi	90
Tabel 4.17 Memahami instrumen pendukung Lenong Betawi	91
Tabel 4.18 Mengetahui perbedaan jenis Lenong Betawi	92
Tabel 4.19 Visual konten menarik	93
Tabel 4.20 Jenis font pada konten mudah terbaca	93
Tabel 4.21 Penggunaan pantun dalam caption	94
Tabel 4.22 Tertarik untuk terus melihat konten	95
Tabel 4.23 Memilih Instagram @kebudayaanjaktim untuk mencari informasi	96
Tabel 4.24 Terpikat karena konten yang singkat dan informatif	97
Tabel 4.25 Mencari informasi terkini tentang Lenong Betawi	98
Tabel 4.26 Terbantu dalam mempelajari kebudayaan Betawi	98
Tabel 4.27 Konten menampilkan informasi yang dibutuhkan	99
Tabel 4.28 Mendapat informasi dalam keadaan tidak mendesak	100
Tabel 4.29 Melihat konten untuk menambah pengetahuan	101
Tabel 4.30 Percaya bahwa konten berguna meskipun tidak dibutuhkan langsung	101
Tabel 4.31 Informasi yang disampaikan membuat terinspirasi	102
Tabel 4.32 Informasi yang disampaikan membuat lebih menghargai	103
Tabel 4.33 Informasi yang disampaikan membuat tertarik	104
Tabel 4.34 Mencari informasi yang spesifik	104
Tabel 4.35 Menemukan informasi yang dibutuhkan	105
Tabel 4.36 Menampilkan informasi yang lebih detail dibanding akun lain	106
Tabel 4.37 Mengandalkan instagram untuk mendapat informasi to the point	107

Tabel 4.38 Mendapatkan informasi dengan cepat	107
Tabel 4.39 Memberikan respon yang cepat	108
Tabel 4.40 Memuat sumber informasi yang terpercaya	109
Tabel 4.41 Menjadikan konten sebagai sumber informasi utama	110
Tabel 4.42 Bergantung pada informasi yang disediakan	111
Tabel 4.43 Informasi pada konten sesuai minat masyarakat	111
Tabel 4.44 Mendapat informasi yang relevan	112
Tabel 4.45 Percaya bahwa informasi yang disampaikan berasal dari sumber yang akurat.....	113
Tabel 4.46 Penyajian informasi yang singkat namun jelas	114
Tabel 4.47 Menyukai informasi yang singkat sehingga mudah dimengerti	114
Tabel 4.48 Tertarik pada Informasi yang singkat	115
Tabel 4.49 Informasi yang disampaikan membantu memahami hal baru dengan cepat.....	116
Tabel 4.50 Efektif untuk mengejar Informasi yang tertinggal	117
Tabel 4.51 Informasi mudah ditangkap dengan adanya visual gambar	117
Tabel 4.52 Memberi ruang untuk berpendapat	118
Tabel 4.53 Terpicu untuk membahas kebudayaan Betawi lebih lanjut ..	119
Tabel 4.54 Berdiskusi setelah melihat konten	120
Tabel 4.55 Nilai <i>Mean</i> Indikator variabel Media Sosial (X).....	122
Tabel 4.56 Nilai <i>Mean</i> Indikator variabel Kebutuhan Informasi (Y)	125
Tabel 4.57 Hasil Uji Normalitas	127
Tabel 4.58 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	129
Tabel 4.59 Hasil Uji Hipotesis.....	131
Tabel 4.60 Hasil Uji Koefisien Determinasi	131

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Media Sosial (X)	121
Grafik 4.2 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Kebutuhan Informasi (Y).....	124
Grafik 4.3 Hasil Uji Linearitas	128



Intelligentia - Dignitas