



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM  
@RUCAS.CO TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS***

**SKRIPSI**

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

**Akhmad Ipandri  
223516516230**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2026**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO @RUCAS.CO  
INSTAGRAM ACCOUNT CONTENT ON FOLLOWERS'  
PURCHASE INTEREST**

**SKRIPSI**

Submitted as on of the requirements to obtain a degree Bachelor of  
Communication Science (S.I.Kom.)

**Akhmad Ipandri  
223516516230**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
JANUARY 2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

**PERSETUJUAN SKRIPSI**



Nama Mahasiswa : Akhmad Ipantri

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516230

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Public Realties

Judul Skripsi : "PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN  
INSTAGRAM @RUCAS.CO TERHADAP MINAT  
BELI FOLLOWERS"


Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**Disetujui untuk diujikan**

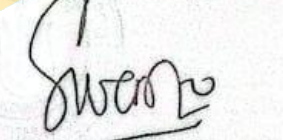
Jakarta, 12-02-2026

**UNIVERSITAS NASIONAL**

Dosen Pembimbing

  
Cyntia Dewi Angraini, S.I.Kom.,  
M.I.Kom.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Swastiningsih, S.E., M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Akhmad Ipandri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516230  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kekhususan : Public Relations  
Judul Skripsi : "PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN  
INSTAGRAM @RUCAS.CO TERHADAP MINAT  
BELI FOLLOWERS"  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 Maret, 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Cyntia Dewi Angraini, S.I.Kom.,  
M.I.Kom.

  
Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Ipandri  
NPM : 223516516230  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Rucas.Co terhadap Minat Beli Followers

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 12 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Akhmad Ipandri

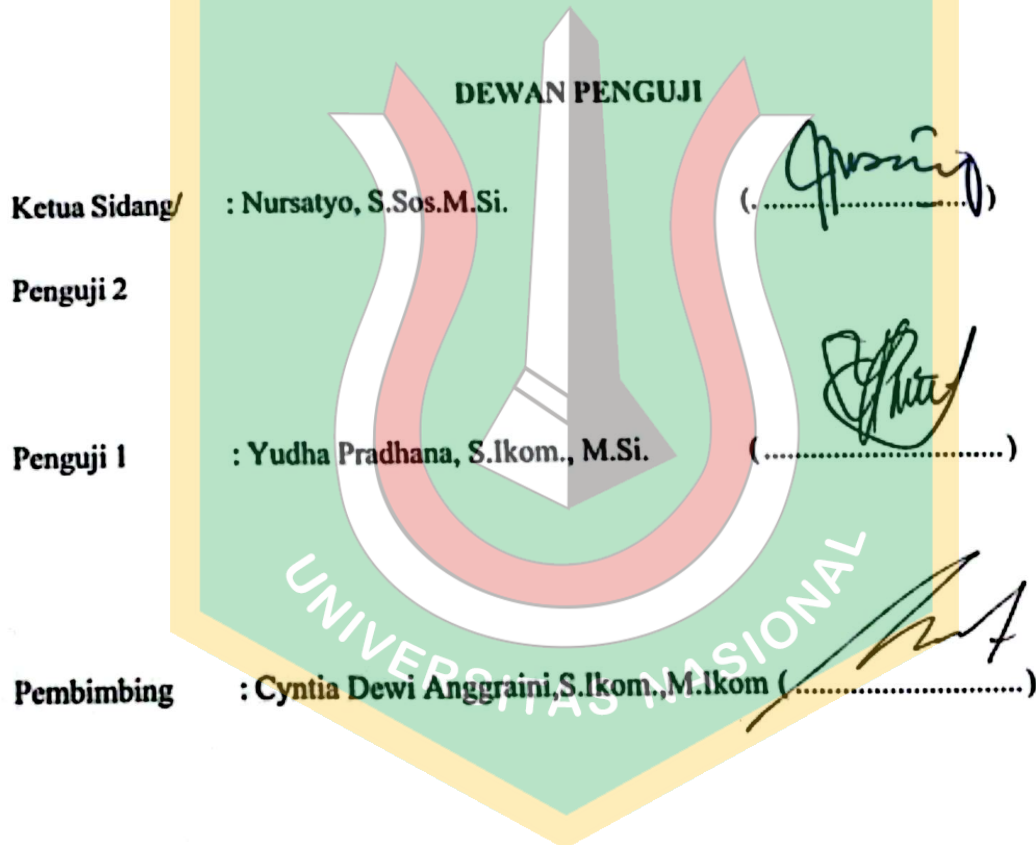
UNIVERSITAS NASIONAL

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Akhmad Ipandri  
NPM : 223516516230  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM  
@RUCAS.CO TERHADAP MINAT BELI FOLLWERS

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.



Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 23 Februari 2026

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Aniry Bermawi Putera. M.A. sebagai Rektor dari Universitas Nasional
2. Bapak Dr. Aos Yuli Fridaus, S.I.P.,M.SI., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.Ikom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
6. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah membantu, membimbing, dan memberikan arahan serta motivasi terbaik kepada penulis selama melakukan studi di Universitas Nasional.
8. Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis selama melakukan perkuliahan.

9. Kedua orang tua yaitu Bapak Sujana dan Ibu Ameliah tercinta yang selalu memberikan dukungan melalui doa sehingga penulisan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
10. Terima kasih kepada kedua kakak peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, materil dan doa dalam setiap proses yang penulis jalani
11. Serta seseorang yang telah menyemangati peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini dan membantu peneliti, yaitu Yasinta Nur Indah yang selalu memberikan dorongan positif dan motivasi selama proses pembuatan Skripsi ini.
12. Sahabat- sahabat perjuangan peneliti, yaitu Abdul Wahid Mumtazan, Rakha Rizkullah, Bintang Putra Utama, Yasuda Rouichi Aaron, Ezechiele Grashellio Litaay.
13. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan semangat dan doa untuk kelancaran penulisan skripsi.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Januari 2026

Akhmad Ipandri

## ABSTRAK

Nama : Akhmad Ipandri  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram  
@rucas.co Terhadap Minat Beli Followers  
Pembimbing : Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penelitian ini berjudul "Pengaruh terpaan Konten Instagram @rucas.co terhadap Minat Beli Followers". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh terpaan konten Instagram @rucas.co terhadap niat beli pengikut secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, didukung oleh data sekunder dari buku, jurnal, dan situs web yang kredibel. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tingkat signifikansi 5% dan menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) sebagai kerangka konseptual. Populasi penelitian ini terdiri dari pengikut Instagram @rucas.co, dengan pengambilan sampel purposif sebagai teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan inferensial, termasuk uji t untuk menilai signifikansi statistik paparan konten terhadap niat beli. Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,848, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat, dengan paparan konten memengaruhi niat beli pengikut sebesar 84,8%, sedangkan sisanya sebesar 15,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t menghasilkan nilai t sebesar 23,395, yang menunjukkan bahwa pengaruh terpaan konten terhadap minat beli followers secara statistik signifikan. Dengan kata lain, meningkatkan kualitas dan konsistensi konten Instagram @rucas.co dapat secara signifikan meningkatkan minat beli followers.

### **Kata kunci:**

Instagram, Konten, Paparan Konten, Minat Beli, Pengikut

## **ABSTRACT**

*Name* : Akhmad Ipandri  
*Study Program* : Ilmu Komunikasi  
*Tittle* : *The Influence Of Exposure To @Rucas.Co Instagram Account Content On Followers Purchase Interest*

*Consellor* : Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom.

*This study is entitled "The Effect of Exposure to @rucas.co Instagram Content on Followers' Purchase Intention". The purpose of this study is to determine whether or not exposure to @rucas.co Instagram content has an effect on followers' purchase intention comprehensively. This study uses primary data collected through questionnaires distributed to 100 respondents, supported by secondary data from books, journals, and credible websites. This study applies a quantitative approach with a significance level of 5% and uses the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory as a conceptual framework. The population of this study consists of @rucas.co Instagram followers, with purposive sampling as a non-probability sampling technique. Data analysis was carried out using descriptive and inferential analysis, including a t-test to assess the statistical significance of content exposure on purchase intention. The results show a correlation value of 0.848, which indicates a very strong relationship, with content exposure influencing followers' purchase intention by 84.8%, while the remaining 15.2% is influenced by other factors. The t-test yielded a t-value of 23.395, indicating that the effect of content exposure on followers' purchase intention was statistically significant. In other words, improving the quality and consistency of @rucas.co's Instagram content can significantly increase followers' purchase intention.*

**Keywords:**

*Instagram, Content, Content Exposure, Purchase Intention, Followers*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4.1 Manfaat Akademis</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>17</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>17</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>19</b>
<b>KERANGKA KONSEP</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.1 Teori S-O-R</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.2 Terpaan Konten</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.3 Instagram</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.4 Minat Beli</b> .....	<b>32</b>

2.4	Landasan Konseptual.....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
3.1	Paradigma .....	36
3.2	Pendekatan Penelitian.....	36
3.3	Metode Penelitian .....	37
3.4	Jenis Penelitian .....	37
3.5	Populasi dan Sampel .....	38
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.7	Instrumen Penelitian .....	41
3.8	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.9	Metode Analisis Data.....	43
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.9.2	Analisis Inferensial.....	46
3.10	Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.10.1	Uji Validitas .....	50
3.10.2	Uji Reliabilitas .....	53
3.11	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
<b>BAB IV .....</b>	<b>.....</b>	<b>56</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>56</b>
4.1	Profile Rucas.co .....	56
4.2	Profile Responden.....	57
4.2.1	Usia Responden .....	58
4.2.2	Jenis Kelamin .....	59
4.3	Gambaran Deskriptif Variabel X (Terpaan Konten) .....	60
4.3.1	Dimensi Frekuensi.....	60
4.3.2	Dimensi Durasi .....	66
4.4	Gambaran Deskriptif Variabel Y (Minat Beli) .....	70
4.4.1	Dimensi Attention.....	71
4.4.2	Dimensi Interest .....	74
4.4.3	Dimensi Desire.....	77
4.5	Statistik Deskriptif.....	80

4.5.1	Statistik Deskriptif Variabel X (Terpaan Konten) .....	81
4.5.2	Statistik Deskriptif Variabel Y (Minat Beli) .....	82
4.6	Uji Regresi Linear Sederhana .....	84
4.7	Uji Spearman .....	86
4.8	Uji Hipotesis .....	87
4.8.1	Uji T .....	87
4.8.2	Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
4.9	Pembahasan .....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>90</b>
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan.....	3
Gambar 1.2 Instagram @rucas.co .....	5
Gambar 1.3 Rekor Muri Penjualan Jeans Rucas .....	8
Gambar 1.4 Rekor Muri Kolaborasi Rucas & Bimo PD.....	9
Gambar 1.5 Instagram @rucas.co .....	14
Gambar 2.1 Logo Instagram .....	29
Gambar 2.2 Landasan Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Logo Brand @rucas.co.....	56



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	40
Tabel 3.2 Skala Likert .....	42
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X.....	52
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y .....	52
Tabel 4.1 Usia Responden.....	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.3 Statistik deskriptif X1.....	60
Tabel 4.4 Statistik deskriptif X2.....	61
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif X3.....	62
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif X4.....	63
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif X5.....	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif X6.....	64
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif X7.....	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif X8.....	65
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif X9.....	66
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif X10.....	67
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif X11.....	67
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif X12.....	68
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif X13.....	69
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif X14.....	69
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif X14.....	70
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Y1 .....	71
Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Y2.....	72
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Y3.....	72
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Y4.....	73

Tabel 4.22 Statistik Deskriptif Y5 .....	74
Tabel 4.23 Statistik Deskriptif Y6 .....	74
Tabel 4.24 Statistik Deskriptif Y7 .....	75
Tabel 4.25 Statistik Deskriptif Y8 .....	76
Tabel 4.26 Statistik Deskriptif Y9 .....	76
Tabel 4.27 Statistik Deskriptif Y10 .....	77
Tabel 4. 28 Statistik Deskriptif Y1 .....	77
Tabel 4.29 Statistik Deskriptif Y12 .....	78
Tabel 4.30 Statistik Deskriptif Y13 .....	79
Tabel 4.31 Statistik Deskriptif Y14 .....	79
Tabel 4.32 Statistik Deskriptif Y15 .....	80
Tabel 4.33 Statistik Deskriptif Variabel Terpaan Konten (X) .....	81
Tabel 4.34 Statistik Variabel Minat Beli (Y) .....	82
Tabel 4.35 Uji Regresi Linear Sederhana .....	84
Tabel 4.36 Klasifikasi Koefisien Korelasi .....	86
Tabel 4.37 Uji Rank Spearman .....	86
Tabel 4.38 Uji T .....	87
Tabel 4.39 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Surat pengesahan dosen pembimbing .....	97
LAMPIRAN 2 : Lembar konsultasi bimbingan skripsi .....	98
LAMPIRAN 3 : Hasil Turnitin .....	99
LAMPIRAN 4 : Daftar Pernyataan Kuesioner .....	100
LAMPIRAN 5 : Hasil Output Responden Uji Validitas & Reliabilitas .....	103
LAMPIRAN 6 : Hasil Output Uji Reliabilitas .....	111
LAMPIRAN 7 : Hasil Jawaban Responden Penelitian .....	112
LAMPIRAN 8 : SKPI .....	115

