



EFEKTIFITAS KAMPANYE DIGITAL PLN UP3: STUDI KASUS KONTEN INSTAGRAM “BAYAR LISTRIK TEPAT WAKTU” DI DEPOK

MUHAMMAD RIZKY



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Efektifitas Kampanye Digital PLN UP3: Studi Kasus Konten Instagram “Bayar Listrik Tepat Waktu” di Depok” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Muhammad Rizky
J0301211348

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

MUHAMMAD RIZKY. Efektifitas Kampanye Digital PLN UP3: Studi Kasus Konten Instagram "Bayar Listrik Tepat Waktu" di Depok (*Effectiveness of PLN UP3 Digital Campaign: Case Study of Instagram Content "Pay Electricity on Time" at Depok*). Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi, memberikan peluang bagi organisasi seperti PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Depok untuk menyampaikan informasi secara lebih efektif. PLN UP3 Depok memanfaatkan Instagram sebagai salah satu platform utama untuk kampanye "Bayar Listrik Tepat Waktu," yang krusial untuk menjaga stabilitas operasional perusahaan dan keberlangsungan layanan kepada pelanggan. Mengingat pentingnya kepatuhan pembayaran, penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas konten kampanye digital tersebut di Instagram dalam meningkatkan kesadaran pelanggan untuk membayar listrik tepat waktu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sampel terdiri dari 36 pelanggan PLN UP3 Depok pengguna listrik pascabayar di Perumahan Purnawirawan Kopassus Pelita 1, RT02/RW09, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena sudah berinteraksi dengan konten kampanye di Instagram. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner selama periode Maret hingga Mei 2025. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, homoskedastisitas, dan linearitas), serta analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen (Efektivitas Konten Instagram PLN UP3 Depok yang diukur melalui dimensi AIDA: *Attention, Interest, Desire, Action*) terhadap variabel dependen (Kesadaran Bayar Listrik Tepat Waktu, yang diukur melalui dimensi Pengetahuan, Sikap, dan Frekuensi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap efektivitas konten Instagram PLN UP3 Depok (X) tergolong tinggi dengan rata-rata skor 4.1032. Tingkat kesadaran pelanggan untuk membayar listrik tepat waktu (Y) juga tergolong tinggi dengan rata-rata skor 4.0889. Setelah memenuhi uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 1.764 + 0.664X$. Hasil uji F dan uji t menunjukkan bahwa variabel Efektivitas Konten Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Bayar Listrik Tepat Waktu ($\text{Sig. } < 0.001$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.421 mengindikasikan bahwa 42.1% variasi dalam Kesadaran Bayar Listrik Tepat Waktu dapat dijelaskan oleh Efektivitas Konten Instagram, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari konten Instagram PLN UP3 Depok terhadap kesadaran pelanggan dalam membayar listrik tepat waktu. Pembahasan lebih lanjut mengaitkan efektivitas ini dengan kemampuan konten untuk menarik perhatian, minat, keinginan, dan mendorong tindakan (AIDA).

Kata Kunci: Efektifitas kampanye digital, Bayar listrik, Model AIDA, Instagram PLN UP3 Depok



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



EFEKTIFITAS KAMPANYE DIGITAL PLN UP3: STUDI KASUS KONTEN INSTAGRAM “BAYAR LISTRIK TEPAT WAKTU” DI DEPOK

MUHAMMAD RIZKY

Tugas akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul

: Efektifitas Kampanye Digital PLN UP3: Studi Kasus Konten Instagram “Bayar Listrik Tepat Waktu” di Depok
: Muhammad Rizky
: J0301211348

Nama
NIM

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Mei 2025 sampai bulan Maret 2025 ini ialah Efektivitas Komunikasi dalam Media Sosial, dengan judul “Efektifitas Kampanye Digital PLN: Studi Kasus Konten Instagram “Bayar Listrik Tepat Waktu” di UP3 Depok”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan seluruh jajaran dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing atas segala pengalaman dan pembelajarannya selama masa perkuliahan. Penghargaan dan apresiasi juga penulis sampaikan kepada Ibu Amelia Wulandari selaku perwakilan dari PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) UP3 Depok atas kesediaan dan bantuananya dalam mendukung penelitian ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada ayah, ibu, adik, nenek, serta seluruh keluarga atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak ternilai harganya. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kawan-kawan saya, Abizard, Adrian, Adam, Andre, Bagas, Dhiaz, Erwan, Fabian, Faiq, Ferdi, Gusty, Insan, Iqbal, Kindi, Mesa, Naufal, Pascal, Rafqi, Rayya, Reyshaf, Revyan, Satria, Triatmojo, serta seluruh kawan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas dukungan, semangat, dan kebersamaan selama ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Muhammad Rizky



DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian | 4 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 Landasan Konseptual | 5 |
| 2.2 Teori Landasan | 9 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 20 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 21 |
| III METODE | 23 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 23 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu | 23 |
| 3.3 Data dan Instrumen | 23 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 24 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 25 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 27 |
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian | 27 |
| 4.2 Efektifitas Konten Instagram PLN UP3 Depok | 29 |
| 4.3 Pembahasan | 41 |
| V SIMPULAN DAN SARAN | 45 |
| 5.1. Simpulan | 45 |
| 5.2. Saran | 45 |
| DAFTAR PUSTAKA | 47 |
| LAMPIRAN | 51 |
| RIWAYAT HIDUP | 62 |



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Hasil Uji Validitas Variabel X | 26 |
| 2 | Hasil Uji Validitas Variabel Y | 27 |
| 3 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel X | 28 |
| 4 | Hasil Uji Realibilitas Variabel Y | 28 |
| 5 | Hasil Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov | 29 |
| 6 | Hasil Uji Linearitas | 30 |
| 7 | Hasil Uji Koefisien Determinasi | 31 |
| 8 | Hasil Uji F | 32 |
| 9 | Hasil Uji T | 32 |
| 10 | Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel (X) | 33 |
| 11 | Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel (X) | 34 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Model AIDA | 8 |
| 2 | Kerangka Pemikiran | 20 |
| 3 | Logo PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) | 26 |
| 4 | Konten Bayar Listrik Tepat Waktu PLN UP3 Depok | 28 |
| 5 | Kode QR Akses Konten Instagram “Bayar Listrik Tepat Waktu” | 29 |
| 6 | Analisis Grafik Normal Q-Q Plot of Unstandardized Residual | 31 |
| 7 | Hasil Uji Homoskedastisitas | 31 |
| 8 | Deskripsi Umum Responden | 33 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Hasil olah data SPSS (Uji Validitas X) | 52 |
| 2 | Hasil olah data SPSS (Uji Validitas Y) | 52 |
| 3 | Hasil olah data SPSS (Uji Realibilitas X) | 52 |
| 4 | Hasil olah data SPSS (Uji Reliabilitas Y) | 52 |
| 5 | Hasil olah data SPSS (Analisis Statistik Deskriptif) | 52 |
| 6 | Hasil olah data SPSS (Uji Normalitas) | 52 |
| 7 | Hasil olah data SPSS (Uji Homoskedastisitas) | 52 |
| 8 | Hasil olah data SPSS (Uji Koefisien Determinasi (R^2)) | 53 |
| 9 | Hasil olah data SPSS (Uji F) | 53 |
| 10 | Jenjang Pendidikan Responden | 53 |
| 11 | Jawaban Responden (X1_Attention_1) | 53 |
| 12 | Jawaban Responden (X1_Attention_2) | 54 |
| 13 | Jawaban Responden (X2_Interest_1) | 54 |
| 14 | Jawaban Responden (X2_Interest_2) | 54 |
| 15 | Jawaban Responden (X3_Desire_1) | 54 |
| 16 | Jawaban Responden (X4_Action_1) | 55 |
| 17 | Jawaban Responden (X4_Action_2) | 55 |
| 18 | Jawaban Responden (Y1_Pengetahuan_1) | 56 |



| | | |
|----|--------------------------------------|----|
| 19 | Jawaban Responden (Y1_Pengetahuan_2) | 56 |
| 20 | Jawaban Responden (Y2_Sikap_1) | 57 |
| 21 | Jawaban Responden (Y2_Sikap_2) | 57 |
| 22 | Jawaban Responden (Y3_FrekuenSI_1) | 57 |
| 23 | Daftar Pertanyaan Kuesioner | 58 |
| 24 | Surat Izin Penelitian PLN UP3 Depok | 60 |

© Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.