

Pengaruh *Instagram* Halodoc Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc pada Mahasiswa FISIP Unsoed Jenjang S1 (Angkatan 2016 – 2020)

Deni Dwicahyo Rahadi¹, Beki Istiyanto², Shinta Prastyanti³

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP

Universitas Jenderal Soedirman

Purwokerto

deni.rahadi@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRAK

Media Sosial saat ini menjadi salah satu medium untuk mempengaruhi konsumen supaya berminat menggunakan produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu bentuk dari media sosial tersebut adalah *instagram*. Halodoc sebagai salah satu perusahaan telekonsultasi layanan kesehatan menggunakan *instagram* untuk menawarkan produk berupa aplikasi layanan kesehatan yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam kebutuhan kesehatan konsumen. Tujuan dari penelitian ini Mengetahui pengaruh *instagram* Halodoc dalam mempengaruhi minat penggunaan aplikasi halodoc pada mahasiswa FISIP Unsoed Jenjang S1 (Angkatan 2016 – 2020). Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan metode penelitian kuantitatif eksplanatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara online kepada mahasiswa FISIP Unsoed Jenjang S1 (Angkatan 2016 – 2020) yang telah melewati proses seleksi sehingga didapatkan 95 responden yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Hasil yang telah didapatkan diolah dalam aplikasi IBM SPSS Versi 25.0. Berdasarkan Hasil Analisis Data, *instagram* Halodoc berpengaruh sebesar 59,3% terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc, sementara sisanya sebesar 40,7% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Media Sosial, *instagram*, Halodoc, Minat Penggunaan

The Influence of Halodoc Instagram on The Interests of Using Halodoc Application in FISIP Unsoed Undergraduate Students (Class 2016 – 2020)

Deni Dwicahyo Rahadi¹, Beki Istiyanto², Shinta Prastyanti³

Communication Studies Faculty of Social and Political Science

Jenderal Soedirman University

Purwokerto

deni.rahadi@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRACT

Abstract. Social Media is currently one of the mediums to influence consumers to be interested in using products offered by manufacturers. One form of social media is Instagram. Halodoc as one of the health service teleconsultation companies uses Instagram to offer products in the form of health care applications that can be used to perform a variety of consumer health needs. The purpose of this research is to know the influence of Halodoc's Instagram in influencing the interest in the use of Halodoc application in FISIP Unsoed bachelor degree students (Class of 2016 – 2020). This study uses positivistic paradigm with explanative quantitative research method. The data collection method in this study uses questionnaires distributed online to students FISIP Unsoed Bachelor Degree (Class 2016 - 2020) who have passed the selection process so that 95 respondents are obtained in accordance with the desired criteria. The results have been processed in IBM SPSS Version 25.0 application. Based on the Data Analysis Results, Halodoc's Instagram influenced 59.3% of Halodoc's App Usage Interests, while the remaining 40.7% was influenced by other factors.

Keywords: Social Media, Instagram, Halodoc, Usage Interest.