

MOTIF *FOLLOWERS* INSTAGRAM @KELASPENYIAR_ID

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



VIVIET SANDRA BAILUSSY

1131003030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Viviet Sandra Bailussy

NIM : 1131003030

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Viviet Sandra Bailussy
NIM : 1131003030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Motif *Followers* Instagram @kelaspenyiar_id

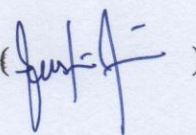
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

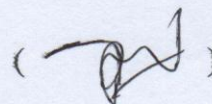
Pembimbing : Dianingtyas M. Putri M.Si.,



Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si (



Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, SS, M.S



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Agustus 2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
2. Miss Dianingtyas Murtanti Putri M.Si selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi saran, memberi motivasi untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Tuti Widiastuti S.sos., M.Si., selaku dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan motivasi dan berbagi tentang pengalaman yang berharga kepada saya.
4. Ibu Suharyanti, Ibu Mirana Hanathasia, Miss Dianingtyas Murtanti Putri, Ibu Tuti Widiastuti, Miss Dessy Kania, Mas Aryo Subarkah, Mas Sabil Huda, Mas Heru Margianto, Miss Anathasia Citra, Mas Adit dan dosen lainnya yang sudah memberikan ilmunya kepada saya, semoga ilmu yang diberikan bisa bermanfaat bagi saya dan orang lain.
5. Ibu, Bapak, Mas Isal, Bude Tati, Mba Ita, Mba Ira serta sepupu dan keponakan saya lainnya yang sudah memberikan dukungan baik moril dan materil serta doanya hingga saya dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.

6. Fadli Ramadhan yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, kasih sayang, perhatiannya selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman Seger Lover yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat selama proses perkuliahan dan proses pembuatan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman Jurnal Lawak Club yang selalu berjuang bersama mengerjakan tugas liputan dan tugas lainnya. Terimakasih atas suka duka, canda tawa dan pengalaman manis bersama selama berada dipeminatan Jurnalistik.
9. Teman-teman Komunal 2013 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
10. Teman-teman Komunal 10, Komunal 11, Komunal 12, Komunal 13, Komunal 14, Komunal 15, Komunal 16 yang sudah menjadi teman dan saudara baru selama diperkuliahan.
11. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Periode 2014/2015, terimakasih atas kerjasama dan cerita-cerita manisnya selama menjabat.
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dikemudian hari. kiranya penelitian ini dapat membawa manfaat bagi sivitas akademik Universitas Bakrie dan pembaca sekalian.

Jakarta , Agustus 2017

Viviet Sandra Bailussy

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Viviet Sandra Bailussy
NIM : 1131003030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Motif Followers Instagram @kelaspenyiar_id”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Agustus

Yang menyatakan,
Viviet Sandra Bailussy

MOTIF FOLLOWERS INSTAGRAM @KELASPENYIAR_ID

Viviet Sandra Bailussy

ABSTRAK

Salah satu teori komunikasi massa yaitu *Uses and Gratification* mengatakan bahwa khalayak kini sudah aktif dalam memilih media yang ingin digunakannya untuk memenuhi kebutuhan yang hendak dicapai. Perkembangan media yang begitu cepat, media online seperti instagram dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Segmentasi yang beragam semakin mengerucutkan minat khalayak dalam pemilihan media guna mendapatkan informasi yang relevan terhadap minat yang dimiliki. Kelas Penyiar Indonesia (KPI) adalah salah satu komunitas yang menggunakan instagram sebagai alat penyebaran informasi terkait bidang *broadcasting* dan penyiaran. Penelitian ini berisikan motif khalayak mem-follow akun instagram KPI. Metode kualitatif deskriptif dipilih guna menjelaskan lebih dalam tentang motif *followers*. Terdapat empat motif yang digunakan untuk mencari tahu motif *followers* yaitu pengalihan (*diversion*), hubungan pribadi (*personal relationship*), identitas pribadi (*personal identity*), dan pengawasan (*surveillance*). Dari lima informan, didapati tiga alasan *followers* mem-follow akun instagram KPI yaitu (1) untuk mengetahui tentang kegiatan yang dilakukan KPI, untuk mendapatkan informasi tentang lowongan pekerjaan, dan untuk mendapatkan informasi tentang *broadcasting* dan penyiaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan hanya sekedar menerima informasi dari postingan akun instagram KPI, sehingga dapat dikatakan bahwa informan tidak tergolong aktif dalam mencari informasi yang dibutuhkannya. Informasi yang didapat informan gunakan sebagai pemenuh kebutuhan tentang *broadcasting* yang diinginkan oleh pribadi informan.

Kata kunci: *Uses and Gratification*, motif pengalihan, motif hubungan pribadi, motif identitas pribadi, motif pengawasan.

MOTIF FOLLOWERS INSTAGRAM @KELASPENYIAR_ID

Viviet Sandra Bailussy

ABSTRAC

One of the theories of mass communication is Uses and Gratification said as audiences are now already active in choosing the media they want to use to meet existing needs. The development of media is very fast, online media such as instagram presented to meet the needs of audiences. Diverse segmentation increasingly pursue the interest of audiences in the selection of media information relevant to the interests they have. Kelas Penyiar Indonesia (KPI) is one of the communities that use instagram as a means of spreading information related to broadcasting. This study contains the motives of the audience to follow the KPI instagram account. Qualitative descriptive methods are chosen to explain more deeply about followers' motives. There are four motives used to figure out the followers motives of diversion, personal relationships, personal identity, and surveillance. Of the five informants, three followers were found to follow the KPI instagram account (1) to find out about the activities of the KPI, for information on job vacancies, and on information about broadcasting. Result of research indicate informant can only receive information from post account of KPI Instagram, so can be said informant not classified active in finding information needed. Information obtained by informants can be used as a satisfying need of broadcasting desired by personal informants

Keywords: Uses and Gratification, the motive of diversion, the motive of personal relationships, the motives of personal identity, the motive of surverillance

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAC	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademik	11
1.4.2 Manfaat Praktisi	12
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	27
2.2.1 Komunikasi Massa	27
2.2.2 Teori Uses and Gratification	31

2.2.3 Media Sosial	34
2.2.4 Instagram	36
2.2.5 Motif	37
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III: METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Objek Penelitian	44
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder	46
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	49
3.5 Teknik Analisis Data	62
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	63
3.7 Keterbatasan Penelitian	64
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2 Hasil Penelitian	69
4.3 Pembahasan	88
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Praktisi	105

5.2.2 Saran Akademis	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3.1 Karakteristik Informan	51
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik pengguna internet di Indonesia tahun 2017	3
Gambar 1.2 Data statistik pengguna aktif media sosial di Indonesia	7
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> instagram KPI	9
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> kegiatan KPI di akun instagram	9
Gambar 2.1 Diagram paradigma lama	28
Gambar 2.2 Diagram paradigma baru	29
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran	42
Gambar 3.1 <i>Screenshot followers</i> instagram KPI	45
Gambar 3.2 <i>Screenshot percakapan followers</i> pada postingan instagram KPI	46
Gambar 4.1 Logo Kelas Penyiar Indonesia	65
Gambar 4.2 <i>Postingan</i> instagram KPI tentang tips menjadi <i>broadcaster</i> dan penyiar..	67
Gambar 4.3 <i>Postingan</i> tentang informasi perayaan <i>World Radio Day</i>	68
Gambar 4.3 <i>Postingan</i> instagram KPI tentang informasi pendaftaran kelas BAC	68
Gambar 4.4 <i>Postingan</i> instagram KPI tentang alumni yang sudah bekerja	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Transkrip Wawancara