

**KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA TERHADAP
AKUN INSTAGRAM MAHASISWA_SRIWIJAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

Ahmad Syaifudin

NIM. 07031281419065

Konsentrasi Penyiaran

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
Indralaya, Ogan Ilir
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS
SRIWIJAYA TERHADAP AKUN INSTAGRAM
MAHASISWA_SRIWIJAYA

SKRIPSI

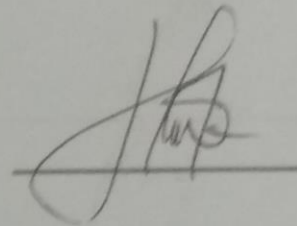
Oleh :

Ahmad Syaifudin
NIM. 07031281419065

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, Juli 2019

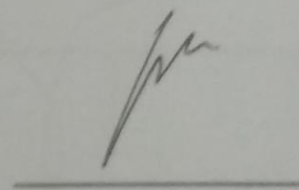
Pembimbing I

Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002



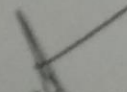
Pembimbing II

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

22/7/19


Dr. Andries Leonardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA TERHADAP
AKUN INSTAGRAM MAHASISWA_SRIWIJAYA

SKRIPSI

Oleh

Ahmad Syaifudin

07031281419065

Telah dipertahankan di depan penguji

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

pada tanggal 30 Juli 2019

Ketua :

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd

NIP. 197803022002122002

Anggota :

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

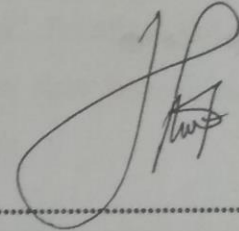
NIP. 199208222018031001

2. Dr. Retna Mahriani, M.Si

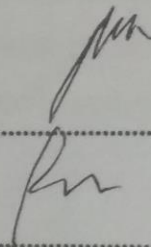
NIP. 196012091989122001

3. Drs. Gatot Budiarto, M.S

NIP. 1958060919840310

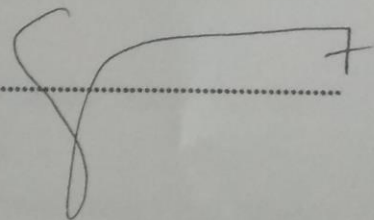


.....



.....

.....



.....

Mengetahui,

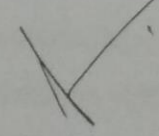
Dekan FISIP Unsri

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si
M.Si

NIP 196311061990031001

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Andries Lionardo, S.IP.,

NIP. 197905012002121005

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya sampaikan puji syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala karena atas limpahan rahmat dan nikmatNya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Tak lupa shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya sekalian hingga akhir zaman, yang atas izin Allah SWT telah membawa perubahan besar bagi kehidupan umat manusia. Alhamdulillah, berkat izin dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Terhadap Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya”. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi, di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tentunya atas dasar bantuan, bimbingan dan arahan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingi mengucayakan terima kasih yang sebesar-besarnya serta rasa hormat yang tulus kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia membimbing penulis, memberikan ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si. dan Bapak Drs. Gatot Budiarto, M.S selaku Dosen penguji penelitian skripsi saya dan yang telah memberi ilmu serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan studi strata satu saya.

6. Orang tua Saya, Bapak Maknani dan Ibu Katminah tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa serta semangat, kasih sayang kepada saya dan dukungan moril materiil yang tak terhingga serta Adikku tersayang Laila Arfia Cahyani yang selalu memberikan semangat dan mendoakan saya berjuang meraih pendidikan.
7. Mbak Elvira Himairah, selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi yang sabar dan perhatian yang berpengaruh terhadap lancarnya syarat administrasi dan penyelesaian studi saya.
8. Teman-temanku yang setia Kamsan, Mey, Edo, Nico, Agung, Deri serta seluruh bagian dari UKK KSR PMI Unsri. Ulpha, Anggun, serta kawan-kawan Jurusan Ilmu Komunikasi teman terdekat selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini, yang selalu berbagi cerita keluh kesah, berbagi semangat serta dukungan motivasi. Kalian adalah keluarga keduku di ranah perantauan ini.
9. Serta semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Tanpa mengurangi rasa hormat saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang telah dilakukan adalah hal terbaik dan hanya Allah Swt yang dapat membalas kebaikan dengan balasan terbaik-Nya. AAMIIN.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik isi maupun penulisannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dan akan penulis terima dengan hati terbuka. Akhirnya, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Penulis, Inderalaya 30 Juli 2019

Ahmad Syaifudin

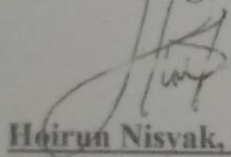
NIM 070312814190565

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan motif dan kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam mengakses Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Teknik pengambilan sampel adalah dengan metode *Purposive Sampling* dan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Adapun konsep yang digunakan adalah mengacu pada teori *Uses and Gratification* dengan analisis kesenjangan antara motif dan Kepuasan setelah menggunakan suatu media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya setelah mengakses akun Mahasiswa_Sriwijaya. Hal ini karena berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan terdapat kesenjangan antara motif dan kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya setelah mengakses Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya.

Kata Kunci : Motif, Kepuasan, *Uses and Gratification*, Mahasiswa_Sriwijaya

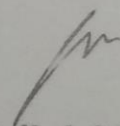
Pembimbing



Hoiron Nisvak, S.Pd., M.Pd

NIP. 197803022002122002

Pembimbing II

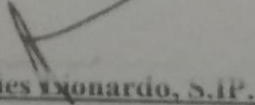


Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

22/2/23



Dr. Andries Yonardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This study aims to determine the motives and satisfaction of Sriwijaya University Students. This research uses descriptive research with a quantitative approach to describe the motives and satisfaction of Sriwijaya University Students in accessing the Instagram_Sriwijaya Student Instagram Account. The sampling technique is the Purposive Sampling method and data collection techniques through questionnaires. The concept used is to refer to the theory of Uses and Gratification by analyzing the gap between motives and satisfaction after using a media. The results showed that there was satisfaction of Sriwijaya University Students after accessing the Sriwijaya Student account. This is because based on the research conducted by the author, there is a gap between the motives and satisfaction of Sriwijaya University Students after accessing the Student_Sriwijaya Instagram Account.

Keywords: Motive, Satisfaction, Uses and Gratification, Sriwijaya Students

Advisor I

Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd

NIP. 197803022002122002

Advisor II

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

The Head Master of Communication Science

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR/GRAFIK | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Landasan Teori Teori <i>Uses and Gratification</i> | 8 |
| 2.2. Teori <i>Uses and Gratification</i> | 8 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.1 Pendekatan Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratification Theory</i>) | 11 |
| 2.3. Motif (<i>Gratification Sought</i>) | 13 |
| 2.4. Kepuasan (<i>Gratification Obtained</i>) | 14 |
| 2.5 Kesenjangan Kepuasan..... | 16 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran..... | 17 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian..... | 18 |
| 2.8 Penelitian terdahulu yang relevan | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| 3.1. Desain Penelitian | 21 |
| 3.2. Definisi Konsep | 21 |
| 3.3. Definisi Operasional..... | 22 |
| 3.4. Unit Analisis, Populasi dan Sampel..... | 24 |
| 3.4.1. Unit Analisis | 24 |
| 3.4.2. Populasi | 24 |
| 3.4.3. Sampel..... | 25 |
| 3.5. Data dan Sumber Data..... | 28 |
| 3.5.1. Data | 28 |
| 3.5.2. Sumber Data | 28 |
| 3.6 Instrumen Penelitian..... | 28 |
| 3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen | 29 |
| 3.7.1. Uji Validitas..... | 29 |
| 3.7.2. Uji Reliabilitas Instrumen..... | 30 |
| 3.8. Teknik Pengumpulan data | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 3.9. Teknik Analisis Data..... | 32 |
| 3.9.1 Teknik Analisis Kesenjangan..... | 33 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 35 |
| 4.1. Sejarah Universitas Sriwijaya..... | 35 |
| 4.2. Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya..... | 40 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 5.1. Teknik Analisis Data Dengan Teknik Deskriptif Kuantitatif | 43 |
| 5.1.1 Variabel Motif..... | 43 |
| 5.1.1.1 Dimensi Motif Informasi | 43 |
| 5.1.1.2 Dimensi Motif Identitas Diri..... | 46 |
| 5.1.1.3 Dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial | 49 |
| 5.1.1.4 Dimensi Motif Hiburan | 51 |
| 5.1.2 Variabel Kepuasan | 54 |
| 5.1.2.1 Dimensi Kepuasan Informasi..... | 54 |
| 5.1.2.2 Dimensi Kepuasan Identitas Diri | 57 |
| 5.1.2.3 Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial | 59 |
| 5.1.2.4 Dimensi Kepuasan Hiburan | 61 |
| 5.2 Analisis Kesenjangan Kepuasan..... | 64 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 74 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 74 |
| 6.1 Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 76 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 78 |
| Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Motif Penelitian..... | 81 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Penelitian..... | 82 |
| Lampiran 4 Data 100 Responden Jawaban Kuesioner Variabel Motif | 83 |
| Lampiran 5 Data 100 Responden Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan | 85 |
| Lampiran 6 Data SPSS <i>crosstab</i> | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Akun Instagram <i>Mahasiswa_Sriwijaya</i> | 4 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 18 |
| Gambar 4.1 Logo Universitas Sriwijaya | 38 |
| Gambar 4.2 Profil Akun Instagram <i>Mahasiswa_Sriwijaya</i> | 40 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah pengikut Akun Instagram Universitas Sriwijaya | 2 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional..... | 23 |
| Tabel 3.2 Jumlah populasi Mahasiswa Universitas Sriwijaya Jenjang S-1 | 25 |
| Tabel 3.3 Jumlah Sampel | 27 |
| Tabel 3.4 Bobot Kuesioner..... | 29 |
| Tabel 5.1 Kategori Penilaian Skor..... | 42 |
| Tabel 5.2 Tabel Jawaban Responden Dimensi Motif Informasi | 44 |
| Tabel 5.3 Tabel Jawaban Responden Dimensi Motif Identitas Diri..... | 46 |
| Tabel 5.4 Tabel Jawaban Responden Dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial | 49 |
| Tabel 5.5 Tabel Jawaban Responden Dimensi Motif Hiburan | 52 |
| Tabel 5.6 Tabel Jawaban Responden Dimensi Kepuasan Informasi..... | 55 |
| Tabel 5.7 Tabel Jawaban Responden Dimensi Kepuasan Identitas Diri | 57 |
| Tabel 5.8 Tabel Jawaban Responden Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial..... | 59 |
| Tabel 5.9 Tabel Jawaban Responden Dimensi Kepuasan Hiburan | 61 |
| Tabel 5.10 Hasil rata-rata..... | 63 |
| Tabel 5.11 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 1 dan No 17 | 65 |
| Tabel 5.12 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 2 dan No 18 | 67 |
| Tabel 5.13 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 3 dan No 19 | 67 |
| Tabel 5.14 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 4 dan No 20 | 67 |
| Tabel 5.15 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 5 dan No 21 | 68 |
| Tabel 5.16 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 6 dan No 22 | 68 |
| Tabel 5.17 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 7 dan No 23 | 68 |

| | |
|--|----|
| Tabel 5.18 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 8 dan No 24 | 69 |
| Tabel 5.19 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 9 dan No 25 | 69 |
| Tabel 5.20 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 10 dan No 26 | 69 |
| Tabel 5.21 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 11 dan No 27 | 70 |
| Tabel 5.22 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 12 dan No 28 | 70 |
| Tabel 5.23 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 13 dan No 29 | 70 |
| Tabel 5.24 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 14 dan No 30 | 71 |
| Tabel 5.25 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 15 dan No 31 | 71 |
| Tabel 5.26 <i>Cross Tab</i> Pernyataan No 16 dan No 32 | 71 |
| Tabel 5.27 Tingkat Kesenjangan Kepuasan dan Kemampuan Pemenuhan kepuasan oleh Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya..... | 72 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat terutama dibidang komunikasi telah sampai pada era digitalisasi yaitu Internet. Perkembangan internet termasuk sangat cepat dibanding media lainnya. Dengan mengakses informasi lewat internet, pengguna dapat mengikuti perkembangan teknologi sekaligus bisa memperoleh banyak pengetahuan terbaru dengan cepat, mudah dan murah. Fasilitas dalam Internet populer pada saat ini adalah *Social Media*. Penggunaan media sosial melalui medium internet diprediksikan dalam penelitian Ruggiero (2000) bahwa penggunaan internet bersifat transformatif dan berperandalam perubahan penggunaan media oleh pengguna dan perilaku sosial. Dijelaskan bahwa individu memiliki motif atau harapan untuk dipenuhi/dipuaskan setelah menggunakan media, dimana banyak sumber yang bisa digunakan.

Setiap individu memiliki motif dan kepuasan yang berbeda-beda. Kebutuhan yang berbeda tersebut berhubungan dengan kepribadian yang ada pada diri seseorang, tahap kedewasaan, latar belakang dan peran sosialnya. Sehingga jelas dengan keberagaman motif dari penggunaan media sosial yang berbeda-beda, menyebabkan tujuan penggunaan media dan perilaku sosial pengguna yang juga turut beragam. Dalam penggunaan media sosial terdapat adanya interaktifitas oleh pengguna secara aktif melalui internet mencari, mengakses dan memproduksi informasi sesuai apa yang ia harapkan. Beberapa contoh dari media Internet yang saat ini digunakan secara luas oleh khalayak adalah, Facebook, Instagram dan sebagainya.

Data yang dihimpun oleh *We are Social* pada awal tahun 2019 tentang penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 150 juta orang, yakni sekitar 57% dari seluruh penduduknya menggunakan berbagai media sosial dengan pengguna terbanyak adalah usia rata-rata diatas umur 19 tahun. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia. Di Universitas Sriwijaya teman-teman peneliti dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik menggunakan media sosial Instagram dan melihat berbagai akun untuk diikuti atau di *follow*. Peneliti mencari apa dan bagaimana akun-akun dalam media sosial Instagram tersebut. Peneliti tertarik pada akun Instagram dengan *tagline* akun kegiatan mahasiswa Universitas Sriwijaya yakni Mahasiswa_Sriwijaya. Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya cukup populer sebagai layanan informasi seputar kampus Universitas Sriwijaya dengan pengikut terbanyak yakni 26,1 ribu pengikut diatas akun *bemkmusri* dan lainnya.

Tabel 1.1.
Jumlah pengikut akun Instagram berkaitan dengan Universitas Sriwijaya

| Akun Instagram | Jumlah <i>Followers</i> |
|-----------------------|--------------------------------|
| Mahasiswa_Sriwijaya | 26.1k |
| Bemkmunsri | 20.9k |
| Unsri_Repost | 19.6k |
| Unsri | 17.0k |
| Unsri.Berbakat | 11.7k |

Sumber : Instagram 23 Juni 2019

Melalui data tersebut, menunjukkan bahwa adanya motif tertentu dibalik penggunaan dan pemilihan pemenuhan kebutuhan komunikasi oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya melalui penggunaan akun mediasosial Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Kemunculan fenomena penggunaan situs sosialmedia menjadi salah satu bentuk media baru dalam memenuhi kebutuhan informasi (sebagai alternatif dari penggunaan media konvensional), menimbulkan pertanyaan

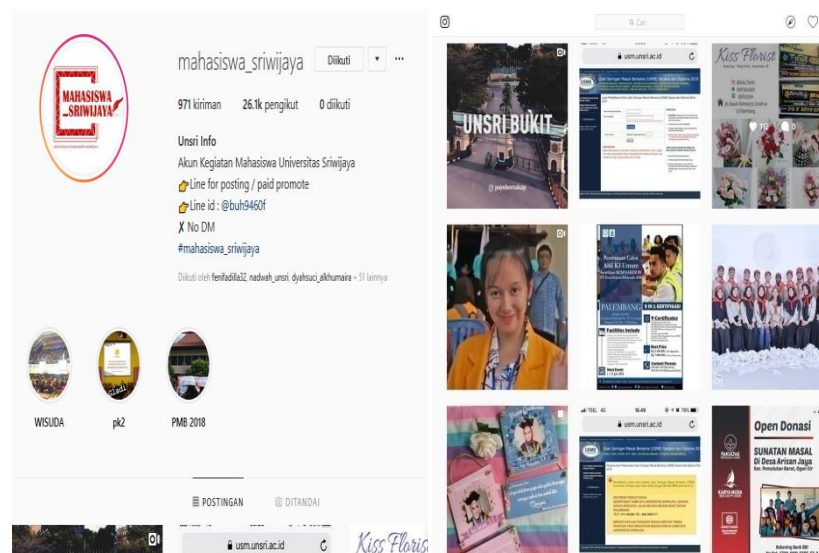
apakah penggunaan sosial media sebagai media baru dalam pemenuhan kebutuhan informasi sesuai motif dan ekspektasi kepuasan yang ia miliki dapat diukur melalui sudut pandang teori komunikasi *Uses and Gratifications Theory*.

Pendekatan *Uses and Gratifications Theory* awalnya dikembangkan untuk mempelajari gratifikasi yang menarik khalayak dalam jenis media (media konvensional) dan jenis konten yang memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis mereka. Hal tersebut kemudian dibantah oleh Agustin J. Gallion (Indiana University – Purdue University Fort Wayne); dalam jurnalnya yang berjudul ‘*Applying the Uses and Gratifications Theory to SNS: A Review of Related Literature*’ melihat perkembangan dan pertumbuhan penggunaan *social sites networking* saat ini telah menarik perhatian sejumlah peneliti komunikasi dengan menggunakan *Uses and Gratifications Theory* untuk menjelaskan mengapa pengguna menemukan ketertarikan terhadap penggunaan dari bentuk media baru tersebut. Penggunaan *Uses and Gratifications Theory* dalam penggunaan situs sosial media dapat diklasifikasikan ke dalam faktor – faktor berikut; yaitu fungsi *socializing, entertainment, self-status seeking, and information* (Park et al 2009).

Pada dasarnya teori ini berusaha untuk menemukan motif dan kepuasan yang sesuai dengan apa yang pengguna inginkan dalam menggunakan sosial media sesuai dengan 4 (faktor) yang mendukung penggunaan teori *uses and gratifications* dalam konteks penggunaan sosial media. Pada teori ini digambarkan bahwa terdapat banyak sumber-sumber yang bisa digunakan oleh khalayak, dan khalayak tersebut selektif dalam memilih sumber mana yang menurutnya dapat memenuhi kebutuhan/memuaskan dirinya. Dengan kata lain media bersaing dengan media lainnya berusaha untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak.

Dalam penelitian ini, sumber yang terpilih (dibuktikan dengan jumlah pengikut terbanyak) oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya untuk memenuhi kebutuhannya adalah akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya.

Gambar 1.1
Profil dan postingan Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya



Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang dikembangkan pertama kali oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Burbn Inc) dan rilis pada 6 Oktober 2010. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital serta dapat membagikannya melalui jejaring media sosial facebook dan twitter. Menurut Bambang, Instagram adalah aplikasi yang memiliki fitur untuk membuat suatu foto atau video menjadi lebih indah, lebih bagus dan lebih artistik (Atmoko, 2012).

Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya adalah akun penyedia layanan yang bertujuan menyediakan layanan informasi akademik seputar kampus Universitas Sriwijaya serta informasi-informasi yang dibutuhkan oleh Mahasiswa melalui postingan-postingan di akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Baik itu berupa postingan seputar informasi akademik seperti jadwal perkuliahan, info lomba, seminar bahkan informasi keadaan lalulintas jalan menuju kampus Universitas Sriwijaya sampai postingan hiburan untuk menarik pengikut terbanyak yang akan berdampak pada minat khalayak untuk beriklan atau kepentingan dari pemilik akun instagram itu sendiri. Sampai saat ini 23 Juni 2019,

sebanyak 971 konten postingan yang telah diposting berupa foto dan video pendek di akun Mahasiswa_Sriwijaya dan mendapatkan ribuan suka, komen dan penonton. Konten yang diposting dibuat dengan sebaik mungkin agar menarik minat khalayak dan bersaing dengan akun Instagram lain. Namun pada setiap postingan akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya jumlah suka, komen tidak sebanyak jumlah pengikutnya.

Berkaitan dengan motif dan kepuasan tentang penggunaan media sosial Instagram pada akun layanan informasi seputar kampus Universitas Sriwijaya yakni Mahasiswa_Sriwijaya. Seperti yang dijabarkan diatas dapat diketahui bahwa informasi-informasi yang diberikan akun instagram Mahasiswa_Sriwijaya, kebanyakan hanya menyajikan informasi dengan muatan akademik maupun informasi kampus Universitas Sriwijaya. Namun akun tersebut mendapatkan pengikut terbanyak sebagai penyedia layanan informasi di Universitas Sriwijaya melalui Instagram. Dan yang menjadi pertanyaan adalah apakah akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya dapat memuaskan Mahasiswa Sriwijaya. Menurut Mowen dan Minor (2002 hlm 116), kepuasan khalayak setelah menggunakan media harus dapat diukur. Yaitu dari konsep Philip Palmgreen dengan melihat motif yang mendasari individu menggunakan media. Jika motif atau kepuasan yang dicari ini terpenuhi, secara tidak langsung kepuasan khalayak juga akan terpenuhi. Kepuasan dapat dilihat dari dua aspek, yakni motif pencarian kepuasan (*Gratification Sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) Little John, 2009:426).

Peneliti memfokuskan pada populasi di setiap fakultas Universitas Sriwijaya jenjang pendidikan S-1 yang telah menggunakan instagram dan mengikuti akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Pemilihan mahasiswa ini karena mahasiswa tersebut masih aktif pada perkuliahan di Universitas Sriwijaya. Mahasiswa yang berkaitan memiliki rentan usia diatas 19 tahun dimana masa awal dari pertumbuhan dewasa yang memiliki perkembangan potensi tinggi dari segi kognitif, emosi dan fisik. Dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada serta memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial Instagram.

Mahasiswa dalam mengakses akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya akan memiliki beragam motif-motif tertentu.

Mahasiswa Universitas Sriwijaya yang menggunakan Instagram sebagian besar mengetahui dan mengakses akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Dalam penelitian ini mengacu pada teori *Uses and Gratification* bahwa Mahasiswa Universitas Sriwijaya memiliki alasan dan tujuan tertentu dalam mengikuti Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya. Alasan dan tujuan tersebut yaitu dengan harapan-harapan setelah mengikuti Akun Insrtagram Mahasiswa_Sriwijaya akan mendapatkan sejumlah kepuasan. Dari inilah peneliti ingin meneliti kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya yang termasuk dari target audiens akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya, terkait informasi-informasi yang disajikan pada akun tersebut melalui postingan-postingan di akun Instagram. Pada dasarnya setiap kebutuhan atau alasan penggunaan suatu media untuk pemenuhan kepuasan tidak selalu dapat terpenuhi.

Maka berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut penggunaan akun Instagram untuk kepuasan penggunanya. Dari hal tersebut, peneliti ingin mengetahuiKepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya terhadap Akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana kepuasan mahasiswa Universitas Sriwijaya terhadap akun Instagram Mahasiswa_Sriwijaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan Mahasiswa Universitas Sriwijaya terhadap akun Instagram Mahasiswa_Unsri.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan kegunaan manfaat terhadap pihak-pihak terkait, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Praktis

Sebagai wujud lain dari signifikansi akademis penelitian, penggunaan *teori uses and gratifications theory* dalam penelitian ini secara praktis diharapkan dapat diaplikasikan. Sehingga, diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat bagaimana pemetaan motif dan kepuasan yang diharapkan melalui penggunaan akun sosial media Instagram oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, penelitian ini bertujuan secara akademis bagaimana teori komunikasi *Uses and Gratifications Theory* dapat dikembangkan dan diaplikasikan kedalam konteks penggunaan akun sosial media Instagram sebagai bentuk media baru oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya.

Daftar Pustaka

Buku :

Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Burhan Bungin. (ed.). (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Predana Media Group

Denis McQuail. (ed.). (2002). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hadi sutrisno (2010)*Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta rineka cipta.

Kholil, Syukur, 2006.*Metodologi Penelitian Komunikasi*, Citapustaka Media,.

Kriyantono, Rakhmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Rakhmat,

Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Little john, Stephen W & Karen A. Foss.2009.*Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, D. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Michael H. Walizer& Paul L Wienir, (1987), *Metode dan Analisis Penelitian*

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.

- Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Mudrajad Kuncoro. 2004. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rachmat Kriyantono. (ed.). (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Richard West, Lynn H. Turner. *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba. Humanika, 2009).
- Sitinjak, Tumpal JR & Sugiarto. 2006. *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiarto&Sitinjak, Tony. 2001. *Strategi Menaklukkan* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- W.Littlejohn, Stephen dan A.Foss, Karen. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta. Salemba Humanika

Jurnal :

- Andarwati, Sri Retno dan Bambang S. Sankarto. 2005. Pemenuhan Kepuasan Pengguna Internet Oleh Pengguna Badan Litban Pertanian Di Bogor. *Jurnal*

LaRose, Robert dan Matthew S. Eastin. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 2004.

Papacharissi, Zizi & Alan M. Rubin. 2000. Predictors of Internet Use.

Babbie, Earl. 2012. The Practice of Sosial Research. California: Wadsworth, Inc. Baron

Teguh Husada Putra “Kepuasan Anggota InstaNusantara Surabaya Pada Penggunaan Media Sosial Instagram” Tahun 2015

Aditya Giri Prasetyo “Tingkat Kepuasan Penggunaan Situs Pasoepati.net Di Kalangan Suporter Sepak Bola (Pasoepati) Di Kota Surakarta 2016

Nadia Pratama Kusuma Wardani “Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadan di Televisi Nasional” 2015

Sumber Lain:

Instagram. Diakses pada Juli 2019

<https://unsri.ac.id>

Forlap dikti data Mahasiswa Universitas Sriwijaya laporam 2018/2019

S