

**KEPUASAN ANGGOTA INSTANUSANTARA SURABAYA PADA
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh:

TEGUH HUSADA PUTRA

1423011078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2015

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Teguh Husada Putra

NRP : 1423011078

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

KEPUASAN ANGGOTA INSTANUSANTARA SURABAYA PADA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Adalah benar dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesejahteraan saya dicabut.

Surabaya, 16 Juni 2015



Teguh Husada Putra

NRP. 1423011078

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA INSTANUSANTARA
SURABAYA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

Oleh :

Teguh Husada Putra

1423011078

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Noveina S.Dugis, S.Sos., M.A.
NIK.142.11.0708



Pembimbing II : Maria Yuliasuti, S.Sos.,
M.Med. Kom.
NIK. 142.09.0645




Surabaya, 2 Juli 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Kamis, 2 Juli 2015

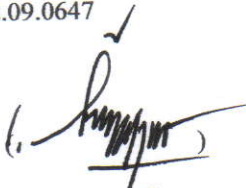
Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK.142.09.0647

Dewan Penguji:

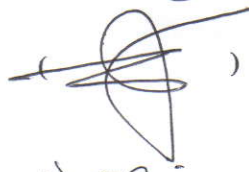
1. Ketua : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo
NIK. 142.LB.0882



2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos.,
M.Med. Kom.
NIK. 142.09.0645



3. Anggota I : Anastasia Y. Widyaningrum,
S.Sos., M.Med.Kom.
NIK. 142.09.0634



4. Anggota II : Noveina Silviyana Dugis,
S.Sos., M.A.
NIK. 142.11.0708



LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Teguh Husada Putra

NRP : 1423011078

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA
INSTANUSANTARA SURABAYA TERHADAP
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Juni 2015

Yang menyatakan



Teguh Husada Putra

KATA PERSEMBAHAN

“Whenever you find yourself doubting how far you can go, Just remember how far you have come.”

“Remember everything you have faced, all the battles you have won, and all the fears you have overcome.” -Anonymous

Kata-kata di atas merupakan pegangan yang di pegang teguh sang penulis penelitian skripsi sebagai motivasi saat melakukan penelitian. Ketika sang penulis merasa akan menyerah terpaan cobaan datang silih berganti dalam menghadapinya. Penulis tetap tegar dan harus berani menghadapi semua itu dengan satu tekad yang kuat semangat yang membara demi mencapai suatu hasil yang sempurna memang di butuhkan perjuangan dan pengorbanan yang besar.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis haturkan pada Tuhan Yesus yang telah menyertai penulis selama proses penulisan skripsi. Semua proses yang telah terlaksanan dengan baik dan selesai tepat waktu. Penulis merasa bersyukur karena telah di beri kesempatan untuk melakukan pengerjaan skripsi yang berjudul Tingkat Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya pada Penggunaan Media Sosial Instagram. Penulis pun ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, yakni:

1. Dewi Kencono Rini selaku bunda dari penulis yang selalu mendukung penulis dalam mengerjakan laporan ini. Serta menyuport segala kebutuhan yang penulis perlukan untuk mengerjakan laporan skripsi ini.
2. Darryl Howard Kuhnle *my dad's he always support me in my report, he always care about my last project. He always keep me strong to do this till I finish my project.*
3. Hanura Kelana Iriano selaku ayah dari penulis yang menemani penulis selama mengerjakan dan memberi semangat pada penulis untuk terus berjuang sampai selesai mengerjakan skripsi ini.
4. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si selaku dekan yang telah memberikan kesempatan untuk penulis mengerjakan penelitian Skripsi ini.
5. Noveina S.Dugis, S.Sos., MA selaku pembimbing dosen yang memberikan masukan dan solusi kepada penulis menegnai penyusunan Skripsi ini.

6. Maria Yusliastuti, S.Sos., M.Med Kom. selaku pembimbing dosen yang memberikan masukan dan solusi kepada penulis mengenai penyusunan Skripsi ini.
7. Riyan Wahyu selaku ketua dari Instansantara Surabaya yang telah memperbolehkan peneliti melakukan penelitian tentang Instansantara Surabaya dan juga membantu peneliti dalam melakukan penelitian selama ini.
8. Untuk sahabat peneliti yang selalu menjadi penjadi pendukung dalam proses mengerjakan proposal skripsi ini, Yohanes C.G., Uece Ivi A., Freddy Nico Tjandra, Welly Kusuma, Amelinda, Bonifasius Tony, Maureen Sinaga, dan Wahyu B. Selaku teman seperjuangan penulis selama membuat proposal skripsi ini memberi motivasi penulis untuk tetap berjuang.
9. Seluruh teman-teman dari Instansantara Surabaya yang telah berpartisipasi dalam penelitian skripsi ini dan bersedia untuk diwawancarai selama ini oleh peneliti.
10. Untuk berbagai pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu oleh penulis dalam membantu menulis proses pembuatan proposal skripsi ini hingga terselesaikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR GRAFIK.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
ABSTRAK	xxvi

ABSTRACT.....	xxvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	14
I.3 Tujuan Penelitian	14
I.4 Manfaat Penelitian.....	15
I.5 Batasan Penelitian	15
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	16
II.1 Uses and Gratification	16
II.1.1 Kepuasan.....	21
II.1.2.1 Gratification Sought (GS).....	22
II.1.2.2 Gratification Obtained (GO).....	25
II.2 Instagram Sebagai New Media.....	25

II.2.1	Interaktivitas.....	28
II.2.2	CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>).....	30
II.2.3	<i>Hypertext</i>	30
II.2.4	<i>Net Generation</i>	31
II.3	Nisbah antar Konsep.....	35
II.4	Kerangka Pemikiran.....	36
II.5	Hipotesis.....	37
BAB III.	METODOLOGI PENELITIAN	38
III.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
III.2	Metode Penelitian	38
III.3	Identifikasi Variabel.....	38

III.4 Definisi Konseptual	39
III.4.1 Kepuasan.....	39
III.5 Definisi Oprasional.....	40
III.5.1 Kepuasan yang dicari (Gratification Sought).....	40
III.5.2 Kepuasan yang didapat (Gratification Obtained).....	41
III.6 Populasi dan Sampel	43
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	44
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	44
III.9 Teknik Validitas dan Realibitas.....	46
III.10 Teknik Analisis Data.....	48
III.10.1 Tahapan Pengeditan (<i>Editing</i>).....	48
III.10.2 Tahapan Pemberian Kode (<i>Coding</i>).....	49

III.10.3 Tahapan Pemrosesan Data (Data Processing).....	
49	
III.10.4 Analisis Mean (rata-rata).....	
49	
III.10.5 Tahapan Model Tabulasi.....	50
III.10.6 Statistik Inferensial.....	
50	
III.10.7 Uji Korelasi GS terhadap GO.....	
50	
III.10.8 Uji T (T-test).....	
51	
III.10.9 Kepuasan Anggota.....	
52	
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
IV.1 Gambaran Umum Sasaran Penelitian	53
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	63
IV.2.1 Uji Validitas	63
IV.2.1 Uji Reliabilitas	67
IV.3 HASIL PENELITIAN	69

IV.3.1 Temuan Data	69
IV.3.1.1 Deskripsi Identitas Responden	69
IV.3.1.2 Deskripsi Penggunaan Media.....	75
IV.3.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	83
IV.3.1.4 Tabulasi Silang Antara Identitas Responden dengan Variabel Penelitian.....	97
IV.3.2 Tingkat Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya Pada Penggunaan Media Sosial Instagram	142
IV.3.2 Analisis Independent Sample t Test.....	150
IV.3.2.1 Uji Normalitas.....	150
IV.3.3.2 Uji Korelasi.....	151
IV.3.3.3 Uji Hipotesis.....	152
IV.4 TEMUAN PENELITIAN.....	165
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	166
V.1 Kesimpulan	166
V.2 Saran	168

DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN	172

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Kerangka Pemikiran	31
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Perbedaan antara era Media Pertama dan Kedua	29
Tabel II.2. Terminologi Perkembangan Teknologi	32
Tabel IV.1. Uji Validitas Indikator Hubungan Sosial.....	64
Tabel IV.2. Uji Validitas Indikator Identitas Pribadi.....	65
Tabel IV.3. Uji Validitas Indikator Informasi.....	66
Tabel IV.4. Uji Validitas Indikator Hiburan.....	67
Tabel IV.5. Uji Reliabelitas.....	68
Tabel IV.6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...69	
Tabel IV.7. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel IV.8. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV.9. Deskripsi Penggunaan Media Instagram/Minggu	76
Tabel IV.10. Deskripsi Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara Surabaya.....	78
Tabel IV.11. Deskripsi Alat Komunikasi Yang Digunakan Untuk Mengakses Instagram.....	80
Tabel IV.12. Deskripsi Frekuensi Menggunakan Instagram/Hari.....	82
Tabel IV.13. Deskripsi Indikator Hubungan Sosial	84
Tabel IV.14. Deskripsi Indikator Identitas Pribadi.....	88
Tabel IV.15. Deskripsi Indikator Informasi.....	92

Tabel IV.16. Deskripsi Indikator Hiburan.....	96
Tabel IV.17. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Jenis Kelamin.....	100
Tabel IV.18. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Usia.....	101
Tabel IV.19. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Pekerjaan.....	102
Tabel IV.20. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	103
Tabel IV.21. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	104
Tabel IV.22. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Alat Komunikasi.....	105
Tabel IV.23. Tabulasi Antara HS (MPM/GS) dengan Frekuensi Penggunaan Media /Hari.....	106
Tabel IV.24. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Jenis Kelamin.....	107
Tabel IV.25. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Usia.....	108
Tabel IV.26. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Pekerjaan.....	109
Tabel IV.27. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	110
Tabel IV.28. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	111
Tabel IV.29. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Alat Komunikasi..	112
Tabel IV.30. Tabulasi Antara IP (MPM/GS) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	113
Tabel IV.31. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Jenis Kelamin.....	114
Tabel IV.32. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Usia.....	115
Tabel IV.33. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Pekerjaan.....	116

Tabel IV.34. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	117
Tabel IV.35. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	118
Tabel IV.36. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Alat Komunikasi.....	119
Tabel IV.37. Tabulasi Antara I (MPM/GS) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	120
Tabel IV.38. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Jenis Kelamin.....	121
Tabel IV.39. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Usia.....	122
Tabel IV.40. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Pekerjaan.....	123
Tabel IV.41. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	124
Tabel IV.42. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	125
Tabel IV.43. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Alat Komunikasi...	126
Tabel IV.44. Tabulasi Antara H (MPM/GS) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	127
Tabel IV.45. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Jenis Kelamin.....	128
Tabel IV.46. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Usia.....	128
Tabel IV.47. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Pekerjaan.....	129
Tabel IV.48. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Penggunaan Media/Minggu.....	130
Tabel IV.49. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	131
Tabel IV.50. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Alat Komunikasi.....	132

Tabel IV.51. Tabulasi Antara MPM/GS dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	133
Tabel IV.52. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Jenis Kelamin.....	134
Tabel IV.53. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Usia.....	135
Tabel IV.54. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Pekerjaan.....	136
Tabel IV.55. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	136
Tabel IV.56. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	138
Tabel IV.57. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Alat Komunikasi..	138
Tabel IV.58. Tabulasi Antara HS (KPM/GO) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	139
Tabel IV.59. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Jenis Kelamin.....	140
Tabel IV.60. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Usia.....	141
Tabel IV.61. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Pekerjaan.....	142
Tabel IV.62. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	143
Tabel IV.63. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	144
Tabel IV.64. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Alat Komunikasi..	145
Tabel IV.65. Tabulasi Antara IP (KPM/GO) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	146
Tabel IV.66. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Jenis Kelamin.....	147
Tabel IV.67. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Usia.....	148
Tabel IV.68. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Pekerjaan.....	149
Tabel IV.69. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Penggunaan	

Media/Minggu.....	150
Tabel IV.70. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	151
Tabel IV.71. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Alat Komunikasi.....	151
Tabel IV.72. Tabulasi Antara I (KPM/GO) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	152
Tabel IV.73. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Jenis Kelamin.....	153
Tabel IV.74. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Usia.....	154
Tabel IV.75. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Pekerjaan.....	154
Tabel IV.76. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Penggunaan Media/Minggu.....	155
Tabel IV.77. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	156
Tabel IV.78. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Alat Komunikasi....	157
Tabel IV.79. Tabulasi Antara H (KPM/GO) dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	158
Tabel IV.80. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Jenis Kelamin.....	158
Tabel IV.81. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Usia.....	159
Tabel IV.82. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Pekerjaan.....	160
Tabel IV.83. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Penggunaan Media/Minggu.....	161
Tabel IV.84. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara.....	162
Tabel IV.85. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Alat Komunikasi.....	162
Tabel IV.86. Tabulasi Antara KPM/GO dengan Frekuensi Penggunaan Media/Hari.....	163

Tabel IV.87. Hasil Uji Normalitas Residual.....	160
Tabel IV.88. Uji Korelasi.....	175
Tabel IV.89. Uji t.....	174

DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.1 Untuk Jenis Kelamin.....	70
Diagram IV.2 Untuk Jenis Usia.....	72
Diagram IV.3 Untuk Pekerjaan.....	74
Diagram IV.4 Untuk Penggunaan Media Instagram/Minggu.....	77
Diagram IV.5 Untuk Diagram Untuk Frekuensi Bergabung Dengan Instansantara Surabaya.....	78
Diagram IV.6 Untuk Alat Komunikasi Yang Digunakan Untuk Mengakses Instagram.....	80
Diagram IV.7 Untuk frekuensi Menggunakan Instagram.....	82
Diagram IV.8 Untuk Indikator Hubungan Sosial.....	85
Diagram IV.9 Untuk Indikator Identitas Pribadi.....	89
Diagram IV.10 Untuk Indikator Informasi.....	93
Diagram IV.11 Untuk Indikator Hiburan.....	97
Diagram IV.12 Indikator Huburan Sosial Keseluruhan.....	153
Diagram IV.13 Indikator Identitas Pribadi Keseluruhan.....	154
Diagram IV.14 Indikator Informasi Keseluruhan.....	156
Diagram IV.15 Indikator Hiburan Keseluruhan.....	157
Diagram IV.16 Indikator Kepuasan Keseluruhan.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Logo Instagram.....	5
Gambar I.2 Logo Instanusantara Surabaya.....	7
Gambar I.3 Kegiatan Sosial Instanusantara Surabaya.....	9
Gambar I.4 Kegiatan Kekompakan Instanusantara Surabaya.....	10
Gambar I.5 Instanusantara Bekerja sama dengan Telkomsel.....	11
Gambar I.6 Kerjasama Instanusantara dengan KBS, Fujifilm, Hardrock Fm.....	12
Gambar I.7 Instanusantara Bekerja sama dengan Majalah Citilink.....	12
Gambar II.1 Fitur terbaru Instagram	31
Gambar IV.1 Logo yang dimiliki oleh Instanusantara.....	53
Gambar IV.2 Akun Instagram yang dimiliki oleh Instanusantara.....	54
Gambar IV.3 Blog yang dimiliki oleh Instanusantara.....	54
Gambar IV.4 Akun Instagram yang dimiliki oleh Instanusantara Surabaya.....	56
Gambar IV.5 Blog dimiliki oleh Insatanusantara Surabaya.....	57
Gambar IV.6 Kegiatan Acara Ghatnas 3.....	58
Gambar IV.7 Kegiatan Sosial Instanusantara Surabaya.....	59
Gambar IV.8 Kegiatan Rutin Instanusantara Surabaya.....	60
Gambar IV.9 Instanusantara bekerja sama dengan Telkomsel.....	61

Gambar IV.10 Instanusantara bekerja sama dengan KBS.....	61
Gambar IV.11 Instanusantara bekerja sama dengan Hard Rock Fm Surabaya.....	62
Gambar IV. 12 Instanusantara bekerja sama dengan majalah Citilink edisi Juli 201.....	62
Gambar IV. 13 Hastag wajib yang digunakan oleh Instanusantara Surabaya di Instagram.....	177

DAFTAR GRAFIK

Grafik I.1 Pengguna Internet Indonesia tahun 2010-2013.....	4
Grafik I.2 Pengguna Sosial Media di Surabaya 2014.....	6
Grafik IV.1 Pengguna Internet Indonesia Menurut Baidu2014.....	71
Grafik IV.2 Pengguna Internet berdasarkan pekerjaan.....	75
Grafik IV.3 Pengguna Internet berdasarkan Frekuensi.....	78
Grafik IV.4 Pengguna Internet berdasarkan Perangkat.....	81
Grafik IV.5 Pengguna Internet berdasarkan lama dalam menggunakan.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	184
Lampiran 2 Coding.....	191
Lampiran 3 Output Uji Validitas dan Reliabilitas.....	196
Lampiran 4 Output Deskripsi Identitas Responden dan Penggunaan Media.....	206
Lampiran 5 Output Deskripsi Motif Penggunaan Media.....	209
Lampiran 6 Output Deskripsi Kepuasan Penggunaan Media.....	215
Lampiran 7 Output Tabulasi Silang antara Identitas Responden dan Penggunaan Media dengan Motif Penggunaan Media.....	221
Lampiran 8 Output Tabulasi Silang antara Identitas Responden dan Penggunaan Media dengan Kepuasan Penggunaan Media.....	231
Lampiran 9 Output Uji Normalitas dan Paired Sampel T-test.....	241
Lampiran 10 R-tabel.....	243
Lampiran 11 T-tabel.....	245

ABSTRAKS

Teguh Husada Putra. NRP. 1423011078. KEPUASAN ANGGOTA INSTANUSANTARA SURABAYA PADA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. Kepuasan ini dapat dikaitkan dengan teori inti *Uses and Gratifications* yang memiliki audien aktif dalam menggunakan media dalam kepuasan atas kebutuhannya. Menggunakan suatu media didukung dengan adanya motif dari audien tersebut puas atau tidaknya dalam menggunakan suatu media. Penelitian ini meneliti kepuasan anggota Instanusantara Surabaya dalam menggunakan Instagram. Instanusantara merupakan komunitas fotografi yang tersebar dari regional Ambon, Bali, Bandung, Banjar, Daerah Istimewa Yogyakarta, Gorontalo, Jakarta, Kepri, Kuningan, Makasar, Manado, Malang, Medan, Palu, Palangkaraya, Semarang dan Surabaya. Komunitas Instanusantara Surabaya tergolong sebagai audien yang cukup aktif mengabadikan keindahan Indonesia dalam media sosial Instagram. Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh anggota Instanusantara Surabaya yang dibentuk pada tahun 2012. Penelitian ini menggunakan empat indikator dengan kategori untuk mencari kesenjangan antara GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) dilihat dari Hubungan Sosial, Identitas Pribadi, Informasi dan Hiburan. Penelitian ini mencari kesenjangan antara kepuasan dalam GS (*Gratification Sought*) dikaitkan dengan kepuasan yang dicari GO (*Gratification Obtained*) untuk dapat disimpulkan dengan penelitian ini responden merasa tidak puas setelah menggunakan Instagram. Hasil dari penelitian kepuasan anggota Instanusantara Surabaya pada penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam tingkat kepuasan yang rendah. Meskipun tidak puas tetapi anggota Instanusantara tetap menggunakan Instagram karena Instagram adalah media wajib yang harus digunakan oleh anggota sehingga mereka dapat mempertahankan keanggotaan mereka di Insatanusantara.

Kata Kunci: Teori Uses and Gratification, Kepuasan GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) Komunitas Instanusantara Surabaya, Instagram.

ABSTRAKS

Teguh Husada Putra. NRP. 1423011078. THE SATISFICATION OF THE MEMBERS OF THE INSTANUSANTARA SURABAYA ON THE USAGE OF MEDIA SOCIAL INSTAGRAM. This satisfaction can be attributed to the Uses and Gratification as the grand theory that has an active audience in using media in the satisfaction of needs. Using a media supported by the motive from the audience whether they satisfy or not by using the medium. This study examines the satisfaction of Instanusantara Surabaya members in using Instagram. Instanusantara is the photography community spread from Ambon, Bali, Bandung, Banjar, Yogyakarta, Gorontalo, Jakarta, Riau Islands, Kepri, Makassar, Manado, Malang, Medan, Palu, Palangkaraya, Semarang and Surabaya. Community Instanusantara Surabaya classified as moderately active audience that capture the beauty of Indonesia in social media Instagram. Population for this study are all members of Instanusantara Surabaya which was formed in 2012. This study used four indicators by category to find the gap between GS (Gratification Sought) and GO (Gratification Obtained) views of Social Affairs, Personal Identity, Information and Entertainment. This research looks at the gap between satisfaction in GS (Gratification Sought) associated with the satisfaction sought GO (Gratification Obtained). The conclusion of the study is the respondents are not satisfied after using Instagram. Results of the member satisfaction Instanusantara Surabaya on the use of social media Instagram is in the low levels of satisfaction. Although not satisfied but Instanusantara members still use Instagram because Instagram is a main medium required to be used by members so that they can maintain their membership in Instanusantara.

Keywords: Theory Uses and Gratification, satisfaction GS (Gratification Sought) and GO (Gratification Obtained) Community Instanusantara Surabaya, Instagram.