

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES  
@COLLEGEMENFESS DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
Mayang Ananda Agoestin  
NIM.1423016072

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2019**

**SKRIPSI**

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES  
@ COLLEGEMENFESS DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh:

Mayang Ananda Agoestin

NIM.1423016072

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

**2019**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Mayang Ananda Agoestin

NIM : 1423016072

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

### **MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES**

### **@COLLEGEMENFESS DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

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

Surabaya, 18 Desember 2019

Penulis



Mayang Ananda Agoestin

NIM. 1423016072

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

## MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES @COLLEGEMENFESS DI MEDIA SOSIAL TWITTER

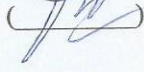
Oleh:

Mayang Ananda Agoestin

NIM.1423016072

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

Pembimbing I : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.   
NIDN. 0701067803

Pembimbing II : Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom.   
NIDN. 0702087602

Surabaya, 12 Desember 2019

## 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, 12 Desember 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,




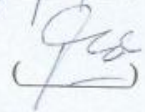
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIDN. 0630077303

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.   
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.   
NIDN. 0701067803
3. Anggota : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.   
NIDN. 0715108903
4. Anggota : Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom.   
NIDN. 0702087602

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Mayang Ananda Agoestin

NIM : 1423016072

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Motif Followers dalam Mengakses @collegemenfess di Media Sosial Twitter**

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, 18 Desember 2019

Yang menyatakan,



Mayang Ananda Agoestin

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, pada akhirnya peneliti mencapai suatu ujung untuk dapat menyelesaikan ini dengan semaksimal mungkin. Kiranya, hidayah yang Engkau berikan dapat membantu untuk mencerahkan kebimbangan dan kegelisahan hati yang tiada tara. Terimakasih Ya Allah.

*“Tiada Tuhan Yang Berhak Disembah Melainkan Allah”*

Surabaya, 28 November 2019

Mayang Ananda Agoestin

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang tidak ada habisnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES @COLLEGEMENFESS DI MEDIA SOSIAL TWITTER”.

Sebelumnya peneliti ingin mengucapkan terimakasih dan rasa hormat yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah ikut serta mendukung:

1. Anastasia Yuni Widyaningrum S.Sos., M.Med. Kom., selaku dosen pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Akhsaniyah S.Sos., M. Med.Kom., selaku dosen pembimbing 2 yang membantu saya dalam konsultasi bimbingan. Terimakasih atas segala waktunya untuk bisa memberikan nasihat-nasihat yang ampuh.
3. Orangtua yang memberikan dukungan sebesar-besarnya terhadap moral dan moril anaknya. Terutama ibu yang selalu tetap sabar menghadapi penulis di masa-masa sensitif.
4. Grup Juleidah Company terkasih. Mita, Sharon, Clarita, Ratna, Talitha, dan Lilly, yang sudah menemani hingga saat ini dengan *tubir* yang tidak pernah terlewatkan. Terutama Sharon si *dabest* banget jadi *support system*. Selalu menemani di kala senang dan sedih. Clarita yang bikin saya bisa merasakan relaksasi sejenak dengan diajak menghalu. Lilly PY, yang bikin terkadang semangat tiba-tiba membara karena halunya lebih dahsyat daripada saya. Lalu Talitha, berperan sebagai wanita pendoa yang selalu



mendoakan saya bisa sampai titik ini. Mita & Ratna yang jarang sekali ketemu tapi saya bisa merasakan doa mereka dari jauh. *Aciaaaa*, makasih banyak ya *gaes jinjja gomawo <3*

5. Tia Puspita, selaku *owner* dan admin dari @collegemenfess yang sudah sangat baik hati mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
6. Para *followers* @collegemenfess terkasih yang sudah bersedia membantu saya untuk jadi responden. Makasih banyaaaaak, *luvs!*
7. *Mutuals* yang saya cintai, yang selalu jadi tempat curhat saya pas sedang stress hahahaha.. Makasih banyak ya *zheyeeengg~*
8. Teman-teman seperjuangaaaan! Cindy Sitepu yang jadi teman berkeluh kesah, terimakasih banyak selalu menjadi penenangku saat depresi. Shinta Theresia yang juga jadi solusi cerdas disaat *sumpek*, Tatyana tim hore, pokoknya semua teman-teman saya yang terus menyemangati saya sejak dari awal bimbingan sampai akhir bimbingan. Aku *jinjja jeongmal neomu saranghae <3*
9. *My biggest love and inspiration*, EXO beserta *roleplayer*-nya yang pernah mengisi hari-hari saya dengan penuh cinta yang sangat manis. *I love you all very hard.*
10. Serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu karena keterbatasan ingatan penulis. Mohon maaf dan dimaklumi.

Terlepas dari itu semua, peneliti berharap skripsi ini bermanfaat sebagai referensi bagi para pembaca yang ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DALAM .....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	12
I.3 Tujuan Penelitian .....	12
I.4 Batasan Masalah .....	12
I.5 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	14
II.1. Kerangka Teori .....	14
II.1.1. Uses and Gratification .....	14
II.1.2. Motif .....	17
II.1.3. Media Sosial .....	20
II.1.4. Twitter sebagai bentuk Media Sosial .....	22

II.1.4.1. <i>Autobase</i> dalam Twitter .....	23
II.1.5. Follower .....	24
II.2. Nisbah Antar Konsep .....	26
II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
III.2. Metode Penelitian .....	30
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian .....	30
III.4. Definisi Konseptual .....	31
III.5. Definisi Operasional .....	32
III.6. Populasi dan Sampel .....	36
III.7. Teknik Penarikan Sampel .....	37
III.8. Teknik Pengumpulan Data .....	38
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	39
III.9.1. Uji Validitas .....	39
III.9.2. Uji Reliabilitas .....	40
III.10. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	42
IV.1.1. Gambaran <i>Followers</i> akun @collegemenfess .....	42
IV.1.2. Gambaran Akun Twitter @collegemenfess .....	43
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
IV.2.1. Uji Validitas .....	46
IV.2.2. Uji Reliabilitas .....	47
IV.3. Hasil Penelitian .....	48
IV.3.1. Deskripsi Identitas Responden .....	48
IV.3.1.1. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan	

Usia .....	48
IV.3.1.2. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin .....	49
IV.3.1.3. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan	
Domisili.....	51
IV.4. Pembahasan.....	52
IV.4.1. Motif dan Skala Interval.....	52
IV.4.1.1. Motif <i>Social Interaction</i> .....	53
IV.4.1.2. Motif <i>Information Seeking</i> .....	56
IV.4.1.3. Motif <i>Pass Time</i> .....	59
IV.4.1.4. Motif <i>Entertainment</i> .....	61
IV.4.1.5. Motif <i>Relaxation</i> .....	65
IV.4.1.6. Motif <i>Expression of Opinions</i> .....	67
IV.4.1.7. Motif <i>Communicatory Utility</i> .....	71
IV.4.1.8. Motif <i>Convenience Utility</i> .....	73
IV.4.1.9. Motif <i>Information Sharing</i> .....	75
IV.4.1.10. Motif <i>Knowledge About Others</i> .....	78
IV.4.2. Motif Followers dalam Mengakses @collegemenfess di	
Media Sosial Twitter .....	81
IV.4.3. Analisis Tabulasi Silang ( <i>Cross Tabs</i> ) .....	82
IV.4.3.1. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan	
Motif <i>Social Interaction</i> .....	82
IV.4.3.2. Tabulasi Silang Antara Usia dengan	
Motif <i>Social Interaction</i> .....	83
IV.4.3.3. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan	
Motif <i>Relaxation</i> .....	84
IV.4.3.4. Tabulasi Silang Antara Usia dengan	
Motif <i>Relaxation</i> .....	85

BAB V. PENUTUP .....	87
V.1. Kesimpulan.....	87
V.2. Saran .....	88
V.2.1. Saran Akademis.....	88
V.2.2. Saran Praktis .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN .....	93

## DAFTAR BAGAN

BAGAN II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	28
--	----

## DAFTAR TABEL

TABEL I.1. Perbandingan akun-akun sejenis.....	8
TABEL IV.1. Hasil Pengujian Validitas.....	46
TABEL IV.2. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	48
TABEL IV.3. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	48
TABEL IV.4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .50	
TABEL IV.5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili .....	51
TABEL IV.6. Motif <i>Social Interaction</i> .....	53
TABEL IV.7. Motif <i>Information seeking</i> .....	56
TABEL IV.8. Motif <i>Pass Time</i> .....	59
TABEL IV.9. Motif <i>Entertainment</i> .....	61
TABEL IV.10. Motif <i>Relaxation</i> .....	65
TABEL IV.11. Motif <i>Expression of Opinions</i> .....	67
TABEL IV.12. Motif <i>Communicatory Utility</i> .....	71
TABEL IV.13. Motif <i>Convenience Utility</i> .....	73
TABEL IV.14. Motif <i>Information Sharing</i> .....	75
TABEL IV.15. Motif <i>Knowledge About Others</i> .....	78
TABEL IV.16. Nilai Rata-Rata Motif .....	81
TABEL IV.17. Deskripsi Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Motif <i>Social Interaction</i> .....	82
TABEL IV.18. Deskripsi Tabulasi Silang Antara Usia dengan Motif <i>Social Interaction</i> .....	83
TABEL IV.19. Deskripsi Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Motif <i>Relaxation</i> .....	84
TABEL IV.20. Deskripsi Tabulasi Silang Antara Usia dengan Motif <i>Relaxation</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR I.1. Data penggunaan media sosial di Indonesia tahun 2019.....	3
GAMBAR I.2. Cara kerja akun <i>autobase</i> @collegemenfess.....	5
GAMBAR I.3. Akun @collegemenfess .....	6
GAMBAR I.4. 2 akun perbandingan @collegemenfess .....	7
GAMBAR I.5. Contoh postingan di @collegemenfess .....	15
GAMBAR IV.1. Analytics akun @collegemenfess berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
GAMBAR IV.2. Analytics akun @collegemenfess berdasarkan Domisili	43
GAMBAR IV.3. Peraturan di @collegemenfess .....	44
GAMBAR IV.4. #SINSAD di @collegemenfess .....	45
GAMBAR IV.5. Analytics akun @collegemenfess berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
GAMBAR IV.6. <i>Followers</i> membagikan <i>tutorial</i> di kolom komentar .....	54
GAMBAR IV.7. <i>Followers</i> mencoba membuat topik diskusi .....	55
GAMBAR IV.8. Informasi yang ada di akun @collegemenfess .....	58
GAMBAR IV.9. Komentar menarik yang dapat <i>retweet</i> dan <i>likes</i> banyak di @collegemenfess.....	63
GAMBAR IV.10. <i>Thread</i> yang ditawarkan <i>followers</i> @collegemenfess....	64
GAMBAR IV.11. <i>Tweet</i> yang dikirimkan <i>follower</i> @collegemenfess.....	70
GAMBAR IV.12. <i>Tweet</i> yang dikirimkan <i>follower</i> @collegemenfess.....	72
GAMBAR IV.13. <i>Tweet</i> yang dikirimkan <i>follower</i> @collegemenfess.....	77
GAMBAR IV.14. <i>Follower</i> melakukan <i>tagging</i> pada <i>follower</i> lain di @collegemenfess .....	78
GAMBAR IV.15. <i>Follower</i> dapat melihat pendapat <i>follower</i> lain di @collegemenfess .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner .....	93
LAMPIRAN 2. Hasil Coding Kuesioner (Identitas Responden) .....	100
LAMPIRAN 3. Hasil Coding Kuesioner .....	103
LAMPIRAN 4. Hasil Uji Validitas.....	110
LAMPIRAN 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	140
LAMPIRAN 6. Distribusi Frekuensi .....	140
LAMPIRAN 7. Frekuensi Indikator Motif .....	141
LAMPIRAN 8. Tabulasi Silang.....	150

## ABSTRAK

Mayang Ananda Agoestin, NRP. 1423016072, Motif *Followers* dalam Mengakses @collegemenfess di Media Sosial Twitter.

Penelitian ini berfokus mengenai motif *followers* dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter. Akun @collegemenfess adalah sebuah *autobase* yang berasal dari kata “Automatic” dan “Fanbase” yang berfungsi sebagai wadah bagi *followernya* untuk mengirim curhatan atau topik secara anonim lewat DM (*direct messages*). Akun @collegemenfess memiliki tema tentang perkuliahan. Dalam teori *uses and gratification* membahas bagaimana khalayak menjadi aktif dalam memilih media massa yang ingin dikonsumsi. Khalayak juga dalam mengonsumsi media pasti ada motif-motif yang mendasarinya. Motif tersebut menurut Whiting & William terdapat 10 indikator yaitu: interaksi sosial, pencarian informasi, untuk mengisi waktu, sebagai hiburan, untuk relaksasi, untuk mengekspresikan pendapat, perangkat untuk berkomunikasi, perangkat yang menyenangkan, saling membagikan informasi, dan pengetahuan tentang orang lain. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode *online survey* (E-survey). Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa motif *followers* dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter adalah tinggi. Motif tertinggi yang dimiliki terletak pada motif interaksi sosial. Sedangkan motif terendahnya ada pada motif relaksasi.

Kata kunci: Motif, *uses and gratification*, Twitter, *autobase*, @collegemenfess, *online survey*

## ABSTRACT

Mayang Ananda Agoestin, NRP. 1423016072, Followers Motives in Accessing @collegemenfess on Social Media Twitter.

This research focuses on followers motives in accessing @collegemenfess on social media Twitter. The @collegemenfess account is an autobase derived from the words “Automatic” and “Fanbase” which serves as a forum for followers to send messages or topics anonymously via DM (direct messages). On @collegemenfess account has a theme about college. In the theory of uses and gratification discussed how audiences become active in choosing the mass media to be consumed in. The audiences also in consuming media must have underlying motives, according to Whiting & William, there are 10 indicators, namely: social interaction, information seeking, pass time, entertainment, relaxation, expression of opinions, communicatory utility, convenience utility, information sharing, knowledge about others. This type of research is descriptive with a quantitative approach and uses online survey (E-survey) methods. The results of this study found that the motives of followers in accessing @collegemenfess on social media Twitter is high. The highest motives is owned by social interaction motive. Meanwhile, the lowest motive is the relaxation motive.

Kata kunci: Motives, *uses and gratification*, Twitter, *autobase*, @collegemenfess, *online survey*