



**MOTIVASI MAHASISWA MARKETING KOMUNIKASI
ANGKATAN 2013 UNIVERSITAS MERCU BUANA DALAM
PENGGUNAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Disusun Oleh :
Annisa Syifa Ferdina
44113010079**

**BIDANG STUDI BROADCASTING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **MOTIVASI MAHASISWA MARKETING
KOMUNIKASI ANGKATAN 2013 UNIVERSITAS
MERCU BUANA DALAM PENGGUNAAN
APLIKASI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”**

Nama : Annisa Syifa Ferdina

NIM : 44113010079

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Broadcasting

Jakarta, 10 Mei 2017

Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing

(Dadan Iskandar, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **MOTIVASI MAHASISWA MARKETING KOMUNIKASI ANGGARAN 2013 UNIVERSITAS MERCU BUANA DALAM PENGGUNAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”**

Nama : Annisa Syifa Ferdina

NIM : 44113010079

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Broadcasting

Jakarta, 10 Mei 2017

Ketua Sidang,
Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Drs. Riswandi, M.Si

(.....)

Pembimbing,
Dadan Iskandar, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **MOTIVASI MAHASISWA MARKETING KOMUNIKASI ANGKATAN 2013 UNIVERSITAS MERCU BUANA DALAM PENGGUNAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”**

Nama : Annisa Syifa Ferdina

NIM : 44113010079

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 19 Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing N I V E R S I T Ketua Bidang Studi



(Dadan Iskandar, M.Si)

MERCU BUANA Broadcasting



(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Dekan Fakultas

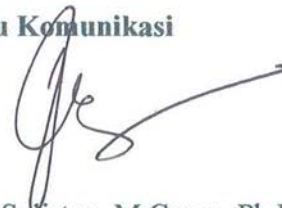
Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program

Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, berkat rahmat dan hidayahnya serta karunianya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Motivasi Mahasiswa Marketing Komunikasi Angkatan 2013 Universitas Mercu Buana dalam Penggunaan Aplikasi Media Sosial Instagram”. Shalawat dan salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini disusun sebagai suatu pembelajaran bagi penulis dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dengan segala usaha dan keyakinan yang ada, penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tak luput dari doa, kesabaran, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, izinkan penulisan mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya antara lain kepada :

1. Bapak Dadan Iskandar, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan dan masukkan kepada penulis. Terima kasih atas kesabaran dan waktu konsultasi yang sudah bapak berikan kepada saya.
2. Bapak Afdal Makkuraga, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Morissan, SH, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas segala saran dan bimbingan yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Bidang Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan.
5. Papa dan Mama yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semua yang terbaik bagi anak Pertamanya. Terima kasih telah memberikan pundak ketika Icha terpuruk dan menggenggam tangan ketika Icha membutuhkan pertolongan. Terima kasih untuk segala materi yang sudah dikeluarkan yang tidak terhitung banyaknya. Terima kasih untuk kasih sayang tiada henti dan do'a yang selalu dipanjatkan untuk mengiringi kelulusan Icha.
6. Sahnaz, Khansa, dan Dewita selaku adik-adik penulis yang telah banyak membantu dan berdoa agar kakaknya dapat segera menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Adik!
7. Meidina Dhiandra, Deby Melati, Nadia Jayanti, Yoga Hermawan, Ila Lutfiah dan teman-teman PIPA Dwi Githa, Viska, Dwiky, Erik,

Ramadhan, Ghozan, Aldilla dan seluruh mahasiswa Broadcasting 2013 universitas Mercu Buana yang selalu menghibur dengan canda tawa kalian. Terima kasih telah memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai.

8. Aulia, Trisunan, Ravisia, Inggar, Tasya, Reyga, Meilani dan Isyah teman-teman sejak tahun 2010 sampai saat ini terima kasih telah memberi semangat untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Magang di TVRI. Dita, Pipit, Suwu, dan Anugrah. Teman-teman yang baik mau mendoakan penulis walau dari jarak jauh dan hanya melalui media sosial. Terima kasih atas semangat yang selalu diberikan kepada penulis.

Serta semua pihak yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf tidak dapat menyebutkan namanya satu-persatu, semoga kebaikan kalian di balas oleh Allah SWT dan selalu dalam perlindungan Allah SWT.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Mei 2017

Annisa Syifa Ferdina

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi Massa.....	7
2.1.1 Media Baru dan Komunikasi Massa.....	7
2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	8
2.2 Media Massa.....	9
2.2.1 Pengertian Media Massa.....	10

2.3	New Media	10
2.3.1	Kelebihan dan Manfaat New Media	10
2.3.2	Sejarah Singkat Internet.....	12
2.3.3	Internet Sekarang Ini.....	14
2.4	Media Sosial.....	14
2.4.1	Pengertian Media Sosial	14
2.5	Instagram Sebagai Media Sosial	15
2.5.1	Pengertian Instagram	15
2.5.2	Fitur Pada Instagram.....	16
2.6	Instagram dalam Konteks Marketing	19
2.7	Teori Uses and Gratifications Model & Motivasi.....	20
2.7.1	Teori Uses and Gratifications Model.....	20
2.7.2	Motivasi	24
2.7.3	Sifat Motivasi.....	25
2.8	Motif Bisnis.....	26
2.9	Khalayak.....	26
2.9.1	Pengertian Khalayak	26
2.9.2	Karakteristik Khalayak	27
2.9.3	Karakteristik Mahasiswa.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Tipe Penelitian.....	29

3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	31
3.4.1	Definisi Konsep	31
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1	Data Primer	36
3.5.2	Data Sekunder.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Kampus Mercu Buana Jakarta Barat.....	40
4.1.2	Visi dan Misi Universitas Mercu Buana	42
4.2	Bidang Studi Marketing Komunikasi.....	43
4.3	Hasil Penelitian	43
4.3.1	Identitas Responden	44
4.3.2	Pertanyaan Pengantar.....	45
4.3.3	Akumulasi Motivasi Mahasiswa Marketing Komunikasi.....	47
4.3.4	Pernyataan Afektif	48

4.3.5	Pernyataan Kebutuhan Pribadi dan Sosial	52
4.3.6	Pernyataan Motif Bisnis.....	65
4.3.7	Rekapitulasi Hasil Penelitian	69
4.3.8	Hasil rata-rata yang didapat dari Penelitian	73
4.4	Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		78



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Uses and Gratifications	22
Tabel 3.1 Operasioanal Konsep	34
Tabel 4.1 Usia Responden.....	44
Tabel 4.2 Frekuensi Menggunakan Instagram.....	45
Tabel 4.3 Peluang Bisnis Menggunakan Instagram.....	46
Tabel 4.4 Akumulasi Motivasi Mahasiswa.....	47
Tabel 4.5 Pernyataan 1	48
Tabel 4.6 Pernyataan 2.....	49
Tabel 4.7 Pernyataan 3.....	50
Tabel 4.8 Pernyataan 4.....	52
Tabel 4.9 Pernyataan 5.....	53
Tabel 4.10 Pernyataan 6.....	55
Tabel 4.11 Pernyataan 7.....	56
Tabel 4.12 Pernyataan 8.....	58
Tabel 4.13 Pernyataan 9.....	59
Tabel 4.14 Pernyataan 10.....	61
Tabel 4.15 Pernyataan 11.....	62
Tabel 4.16 Pernyataan 12.....	63
Tabel 4.17 Pernyataan 13.....	65
Tabel 4.18 Pernyataan 14.....	66
Tabel 4.19 Pernyataan 15.....	68
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Penelitian Afektif.....	69
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Penelitian Pribadi.....	70

Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Penelitian Sosial.....	71
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Penelitian Motif Bisnis.....	72
Tabel 4.24 Hasil rata-rata Penelitian.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perilaku Pengguna Internet.....	16
Gambar 2.2 Logo Instagram.....	19

