



**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA PROGRAM
ACARA #IDOLYFE TERHADAP KEPUASAN
FOLLOWERS @RCTIPLUSOFFICIAL**

(Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)

TESIS

**Diajukan Untuk Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
OLEH
RASKA MARIO**

55222110001

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Raska Mario
NIM : 5522211001
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)

Jakarta, (10 Juli 2024)

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Prof. Dr. Suraya, M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)
Nama : Raska Mario
NIM : 55222110001
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Tanggal : 15 Juli 2024


Jakarta, (10 Juli 2024)

Mengetahui,

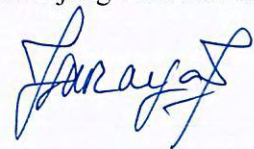
1. Ketua Sidang :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)


(Dr. Heri Budianto, M.Si)

2. Penguji Ahli :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)


(Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom)

3. Pembimbing :


(Prof. Dr. Suraya, M.Si)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)

Nama : Raska Mario

NIM : 55222110001

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 15 Juli 2024

Jakarta, (10 Juli 2024)


Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

2. Penguji Ahli :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)



(Dr. Enjang Pera Irawan, M.I.Kom)

3. Pembimbing :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)



(Prof. Dr. Suraya, M.Si)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Raska Mario
NIM : 55222110001
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)

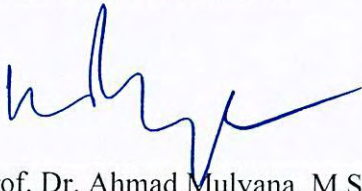
Jakarta, (10 Juli 2024)

Dosen Pembimbing



(Prof. Dr. Suraya, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Raska Mario
NIM : 55222110001
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficila (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa).” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Juni 2024,didapatkan nilai persentase sebesar 26%

Jakarta, 27 Juni 2024

Administrator Turnitin



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sukadi', with a long horizontal stroke extending to the right.

Sukadi, SE., MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase PaNaRoMa)
Nama : Raska Mario
N I M : 55222110001
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 15 Juli 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Juni 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Raska Mario)

ABSTRAK

Media tradisional televisi telah beradaptasi dengan menghadirkan bentuk televisi *online*. Televisi. Dampak Signifikan dari revolusi digital adalah lahirnya media baru yang memberikan pengalaman berbeda dalam mengonsumsi konten dan mendapatkan hiburan. Di Indonesia terdapat beberapa jenis aplikasi televisi online seperti video, UseeTV Go dan RCTI+.#Idolyfe merupakan program eksklusif talkshow yang menarik dan seru bersama para kontestan Indonesian Idol season 12. Program eksklusif RCTI+ yang menyegarkan, membawa ragam hiburan anak muda masa kini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perbedaan kepuasan fanbase PaNoRaMa dalam mengonsumsi konten #Idolyfe di platform media sosial Instagram dan TikTok pada akun @rctiplusofficial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei yang disebar kepada 200 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motif fanbase PaNaRoMa dalam menggunakan media sosial Instagram @rctiplusofficial berpengaruh 99.5% terhadap Kepuasan fanbase PaNaRoMa dalam menggunakan media sosial Instagram @rctiplusofficial (Y2), sedangkan untuk sisanya 0.5% dijelaskan oleh faktor - faktor lain. Selain itu, Motif fanbase PaNaRoMa dalam menggunakan media sosial TikTok @rctiplusofficial berpengaruh 91.4% terhadap Kepuasan fanbase PaNaRoMa dalam menggunakan media sosial TikTok @rctiplusofficial (Y2), sedangkan untuk sisanya 8.6% dijelaskan oleh faktor - faktor lain.

Kata Kunci : Teori Uses and Gratification, Penggunaan Media, Kepuasan Fanbase PaNaRoMa, Program Acara#Idolyfe, RCTI+



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The traditional medium of television has adapted by presenting a form of online television. Television. A significant impact of the digital revolution is the birth of new media that provides a different experience in consuming content and getting entertainment. In Indonesia, there are several types of online television applications such as video, UseeTV Go and RCTI+. #Idolye is an exclusive talk show program that is interesting and exciting with the contestants of Indonesian Idol season 12. RCTI+'s exclusive program is refreshing, bringing a variety of entertainment for today's youth. The purpose of this study is to determine how the PaNaRoMa fanbase's satisfaction differs in consuming #Idolye content on the Instagram and TikTok social media platforms on the @rctiplusofficial account. The research method is quantitative which uses the positivism paradigm. The result of this study is that there is no difference in the satisfaction of the PaNaRoMa fanbase in consuming #Idolye content on the Instagram and TikTok social media platforms on the @rctiplusofficial account. This study found that the motives of PaNaRoMa's fanbase in using Instagram @rctiplusofficial and TikTok significantly affect their satisfaction on each of these platforms. Instagram usage motives also significantly affect fanbase satisfaction on TikTok, while TikTok usage motives do not significantly affect satisfaction on Instagram. Simultaneously, the motives for using both platforms significantly affect fanbase satisfaction on each platform.

Keywords: *Uses and Gratification Theory, Media Use, PaNaRoMa Fanbase Satisfaction, #Idolye Event Program, RCTI+*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Tiktok Pada Program Acara #Idolyfe Terhadap Kepuasan Followers @Rctiplusofficial (Survey Pada Fanbase Panaroma)” ini dibuat untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya doa, bantuan dan bimbingan, dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses mendapatkan gelar magister ini, yaitu Kepada:

1. Prof. Dr. Suraya M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing dan memberikan banyak pengarahan kepada Penulis.
2. Dr. Enjang Pera Irawan M.Ikom selaku Dosen Penelaah pada Tugas Akhir Akhir yang telah memberikan banyak masukan kepada Penulis.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis.

6. Orang tua tercinta Ibu Asri Pujilestari dan Bapak Rino Mario, Adik Rayasa Mario yang selalu memberikan do'a, semangat dan perhatian sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan program pascasarjana dan mengerjakan tugas akhir ini.
7. Ratna Indriasari S.E M.Pd dan Letda Laut (P) M. Rizky Ruswan Winata, S.Pd yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang memfasilitasi kebutuhan penulis selama berkuliah.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih memiliki banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat berguna bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca

Jakarta, Juni 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Raska Mario

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY TESIS.....	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Sosial.....	10
BAB II PEMBAHASAN.....	11
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	11
2.2 KAJIAN TEORITIS.....	19
2.2.1 Komunikasi Massa.....	19
2.2.2 Media Massa.....	21
2.2.3 Media Sosial.....	22
2.2.4 Aplikasi Instagram.....	23
2.2.5 Aplikasi Tiktok.....	26

2.2.6	<i>Asumsi Teori Uses And Gratification</i>	29
2.3	KERANGKA PEMIKIRAN.....	33
2.4	HIPOTESIS PENELIAN	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	PARADIGMA PENELITIAN	36
3.2	PENDEKATAN PENELITIAN	36
3.3	METODE PENELITIAN.....	37
3.5	POPULASI DAN SAMPEL.....	38
3.5.1	<i>Populasi</i>	38
3.5.2	<i>Sampel</i>	39
3.6	JENIS DAN SUMBER DATA.....	41
3.6.1	<i>Data Primer</i>	41
3.6.2	<i>Data Sekunder</i>	41
3.7	VARIABEL PENELITIAN.....	42
3.7.1	<i>Definisi Konsep</i>	42
3.7.2	<i>Operasional Konsep</i>	42
3.8	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	44
3.8.1	<i>Uji Validitas</i>	44
3.8.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	47
3.8.3	<i>Teknik Analisa Data</i>	51
3.8.3.1	<i>Uji Kolerasi</i>	51
3.8.3.2	<i>Uji Hipotesis</i>	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	55
4.2	HASIL PENELITAN	56
4.2.1	<i>Karakteristis Responden</i>	56
4.3	PEMBAHASAN	81
BAB V KESIMPULAN.....		92
5.1	KESIMPULAN.....	92
5.2	SARAN.....	95
5.2.1	SARAN PRAKTIS	95

5.2.2 SARAN AKADEMIS.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1	DURASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL 2021	5
TABEL 2. 1	PENELITIAN TERDAHULU	11
TABEL 3. 1	OPERASIONALISASI KONSEP VARIABEL MOTIF PADA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK.....	43
TABEL 3. 2	OPERASIONALISASI KONSEP VARIABEL KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK.....	44
TABEL 3. 3	HASIL UJI VALIDITAS.....	45
TABEL 3. 4	HASIL UJI INSTRUMEN VALIDITAS (X1) MOTIF FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @RCTIPLUSOFFICIAL.....	48
TABEL 3. 5	HASIL UJI INSTRUMEN RELIABILITAS X1.....	48
TABEL 3. 6	HASIL UJI INSTRUMEN VALIDITAS (X2) MOTIF FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK AKUN @RCTIPLUSOFFICIAL.....	48
TABEL 3. 7	HASIL UJI INSTRUMEN RELIABILITAS X2.....	49
TABEL 3. 8	HASIL UJI INSTRUMEN VALIDITAS (Y1) KEPUASAN FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @RCTIPLUSOFFICIAL.....	49
TABEL 3. 9	HASIL UJI INSTRUMEN RELIABILITAS Y1.....	50

TABEL 3. 10	HASIL UJI INSTRUMEN VALIDITAS (Y2) KEPUASAN FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK AKUN @RCTIPLUSOFFICIAL.....	50
TABEL 3. 11	HASIL UJI INSTRUMEN RELIABILITAS Y2	50
TABEL 3. 12	HASIL UJI REABILITAS SELURUH VARIABLE	51
TABEL 4. 1	KARAKTERISTIK RESPODEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	57
TABEL 4. 2	KARAKTERISTIK RESPODEN BERDASARKAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	57
TABEL 4. 3	KARAKTERISTIK RESPODEN BERDASARKAN AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	58
TABEL 4. 4	FREKUENSI DAN MEAN VARIABLE X1	59
TABEL 4. 5	FREKUENSI DAN MEAN VARIABLE X2	60
TABEL 4. 6	FREKUENSI DAN MEAN VARIABLE Y1	61
TABEL 4. 7	FREKUENSI DAN MEAN VARIABLE Y2	62
TABEL 4. 8	HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABLE X1 DAN Y1	64
TABEL 4. 9	DIMENSI MOTIF FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RCTIPLUSOFFICIAL	64
TABEL 4. 10	DIMENSI KEPUASAN FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RCTIPLUSOFFICIAL	65
TABEL 4. 11	HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABLE X2 DAN Y2.....	66
TABEL 4. 12	DIMENSI MOTIF FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @RCTIPLUSOFFICIAL.....	67
TABEL 4. 13	DIMENSI KEPUASAN FANBASE PANAROMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @RCTIPLUSOFFICIAL.....	67
TABEL 4. 14	NILAI KOEFISIEN KOLERASI	68
TABEL 4. 15	HASIL UJI KOLERASI	69
TABEL 4. 16	HASIL UJI F X1 DAN X2 TERHADAP Y1	75
TABEL 4. 17	HASIL UJI F X1 DAN X2 TERHADAP Y2	76
TABEL 4. 18	HASIL UJI REGRESI X1 DAN X2 TERDAHAP Y1.....	77

TABEL 4. 19 HASIL UJI PARSIAL VARIABLE X1 DAN X2 TERHADAP Y279



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1	ALASAN UTAMA MENGGUNAKAN INTERNET	6
GAMBAR 1. 2	JUMLAH FOLLOWERS AKUN MEDIA SOSIAL RCTIPLUSPFICIAL	7
GAMBAR 2. 1	TEORI USES AND GRATIFICATION	33
GAMBAR 3. 1	JUMLAH FOLLOWERS AKUN MEDIA SOSIAL @RCTIPLUSPFICIAL	39



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PERTANYAAN KUESIONER.....	103
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA X1	108
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA X2	111
LAMPIRAN 4 TABULASI DATA Y1	114
LAMPIRAN 5 TABULASI DATA Y2	117
LAMPIRAN 6 CURICULUM VITAE.....	120



UNIVERSITAS
MERCU BUANA