

**MOTIFFOLLOWERS MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM WWF
INDONESIA “@wwf_id”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Tamara Elberta Suwandi

1423014017

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

2018

**MOTIFFOLLOWERS MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM WWF
INDONESIA “@wwf_id”**

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



Disusun Oleh:

Tamara Elberta Suwandi

1423014017

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

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya:

Nama: Tamara Elberta Suwandi

NRP: 1423014017

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

MOTIF *FOLLOWERS* MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM WWF INDONESIA “@wwf_id”

adalah benar adanya 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 keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 April 2018

Penulis



Tamara Elberta Suwandi

NRP. 14232014017

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
MOTIF FOLLOWERS MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM
WWF INDONESIA “@wwf_id”

Oleh:

Tamara Elberta Suwandi

NRP.1423014017

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

Pembimbing I : Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.kom.

NIK. 142.09.0634



Pembimbing II : Yuli Nugraheni. S.Sos, M.Si.

NIK. 142.09.0647



Surabaya, 15 April 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan telah diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada: Jumat, tanggal 12 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni. S.Sos, M.Si.

NIK: 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 142.10.0651

2. Sekretaris : Yuli Nugraheni. S.Sos, M.Si.

NIK. 142.09.0647

3. Anggota : Finsensius Yuli Purnama, S. Sos., M. Med. Kom

NIK: 142.09.0633

4. Anggota : Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.kom

NIK. 142.09.0634

HALAMAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama: Tamara Elberta Suwandi

NRP: 1423014017

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul: MOTIF *FOLLOWERS* MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM WWF
INDONESIA “@wwf_id”

Untuk dipublikasikan 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 Juli 2017

Yang menyatakan,



Tamara Elberta Suwandi

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia yang telah dilimpahkan, dan juga kedua orang tua Gunawan Suwandi dan Jenny Tayu yang telah berusaha membesarkan dan mendidiknya sampai hari ini. Untuk kakak yang telah memberikan dukungan kepada saya, Thea Erika Suwandi dan Tania Elisha Suwandi. Kepada Yuli Nugraheni.S.Sos,M.Si dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sekaligus pembimbing, dan Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.kom selaku pembimbing. Kuasa Tuhan senantiasa bersama kita semua, AMIN.

Tamara Elberta Suwandi.

KATA PENGANTAR

Ucapan Syukur yang sangat mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa saya sampaikan kepada saudara/saudari pembaca proposal ini. Proposal ini merupakan sebuah penelitian mengenai Motif remaja Surabaya mengikuti akun Instagram@wwf_id. Peneliti berharap dengan selesainya proposal ini, dapat menjadi salah satu contoh yang baik bagi angkatan selanjutnya. Terimakasih dihaturkan kepada pihak yang telah bekerja sama dalam pembuatan proposal skripsi ini :

1. Yuli Nugraheni.S.Sos,M.Si selaku dekan Fakultas ilmu komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya sekaligus dosen pembimbing peneliti.
2. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.kom selaku dosen pembimbing peneliti.
3. Gunawan Suwandi dan Jenny Tayu orang tua penulis yang mendukung penulis, serta Thea Erika Suwandi dan Tania Elisha Suwandi kakak penulis.
4. Teman – teman Nathania Catherine, Oktavianus Ardianto, Hanna Prisilia yang selalu membarikan dorongan dan hiburan bagi penulis selama menulis skripsi.

Semoga proposal skripsi yang ditulis ini dapat berguna bagi kita semua.

ABSTRAK

Tamara Elberta Suwandi NRP. 1423014017. *MOTIF FOLLOWERS MENGIKUTI AKUN INSTAGRAM WWF INDONESIA “@wwf_id”*.

Penelitian ini mencari motif *followers* mengikuti akun Instagram WWF Indonesia @wwf_id. WWF adalah singkatan dari “World Wildlife Fund for Nature”, WWF merupakan salah satu lembaga konservasi terbesar dan sangat berpengalaman di dunia. WWF mulai bekerja di Indonesia pada tahun 1962, WWF Indonesia sendiri menggunakan Instagram sebagai salah satu sarana mereka untuk menyampaikan pesan perlindungan alam kepada masyarakat luas khususnya *followers* akun mereka.

Anita Whiting dan David Williams menyebutkan terdapat sepuluh motif masyarakat menggunakan sosial media. Motif tersebut adalah: (1) *Social interaction*, (2) *Information seeking*, (3) *Pass time*, (4) *Entertainment*, (5) *Relaxation*, (6) *Expression of opinions*, (7) *Communicatory utility*, (8) *Convenience utility*, (9) *Information sharing*, dan (10) *Surveillance/knowledge about others*. Hasil penelitian menunjukan bahwa motif tertinggi *followers* akun @wwf_id merupakan motif *Convenience utility*, sementara motif terendah merupakan motif *Relaxation*.

Kata Kunci: Motif, Sosial Media, Instagram, *followers*, WWF.

ABSTRACT

Tamara Elberta Suwandi NRP. 1423014017. *MOTIVES FOLLOWERS FOLLOW WWF INDONESIA INSTAGRAM ACCOUNT "@wwf_id"*.

This research was looking for followers motives following WWF Indonesia Instagram account @wwf_id. WWF stands for "World Wildlife Fund for Nature, WWF is one of the largest conservation agencies and very experienced in the world. WWF began to work in Indonesia in 1962, WWF Indonesia itself using Instagram as one means to deliver a message of their natural protection to the wider community especially followers of their accounts.

Anita Whiting and David Williams mentions there are ten motives people using social media. The motives are: (1) *Social interaction*, (2) *Information seeking*, (3) *Pass time*, (4) *Entertainment*, (5) *Relaxation*, (6) *Expression of opinions*, (7) *Communicatory utility*, (8) *Convenience utility*, (9) *Information sharing*, dan (10) *Surveillance/knowledge about others*. Results of this research showed that the highest motives of followers account @wwf_id is Convenience utility motives, while the lowest is Relaxation motives.

Key words: Motive, Social Media, Instagram, followers, WWF

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN OROGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	14
I.3. Tujuan Penelitian	14
I.4. Batasan Masalah	14
I.5. Manfaat Penelitian	14

Manfaat Akademis	14
Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1. Kerangka Teori	15
II.1.1 Uses and Gratification	15
II.1.2 Motif.....	18
II.1.3 Social Media.....	21
II.1.4 Instagram.....	24
II.2. Nisbah Antar Konsep	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
III.2. Metode.....	28
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	29
III.4. Definisi Konseptual	29
III.5. Definisi Oprasional.....	30
III.6. Populasi dan Sampel.....	31
III.7. Tehnik Penarikan Sampel	32
III.8. Tehnik Pengumpulan Data	33
III.9. Tehnik Validitas dan Reliabilitas	33
III.9.1 Uji Validitas	33
III.9.2 Uji Reliabilitas.....	34

III.10. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	38
IV.1.1 Gambaran <i>Followers</i> aAkun Instagram WWF Indonesia @wwf_id	38
IV.1.2 Gambaran Akun Instagram@wwf_id.....	40
IV.1.3 Profil WWF Indonesia	43
IV.1.4 Identitas Perusahaan.....	44
IV.1.5 Visi & Misi WWF Indonesia.....	45
IV.1.5 Logo WWF Indonesia	46
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
IV.2.1 Uji validitas	47
IV.2.2 Uji Reliabilitas	49
IV.3. Hasil Penelitian.....	50
IV.3.1 Identitas Responden	51
IV.3.1.1 Identitas Responden berdasarkan jenis kelamin	51
IV.3.1.2 Identitas Responden berdasarkan usia	54
IV.3.1.3 Identitas Responden berdasarkan asal daerah.....	56
IV.3.1.4 Frekuensi Akses Sosial Media Dalam Sehari	60
IV.3.1.5 Jenis Media Soisal Yang Diakses	61
IV.4. Pembahasan Motif	63
IV.5. Analisis Interval Dan Tabulasi Silang	79
IV.5.1 Analisis Interval	80
IV.5.2 Tabulasi Silang.....	84
BAB V Penutup	92
V.1. Kesimpulan	92
V.2. Saran	93

V.2.1 Saran Akademik.....	93
V.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99

DAFTAR BAGAN

II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	28
IV.1. Bagan Data <i>Followers</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
IV.2. Bagan Data <i>Followers</i> berdasarkan Daerah	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Data konten yang diakses pengguna internet.....	4
Gambar I.2. Logo Instagram	5
Gambar I.3. Logo WWF.....	6
Gambar I.4. Tampilan Instagram @greenpeaceid	9
Gambar I.5. Tampilan Instagram @unicefindonesia	10
Gambar I.6. Tampilan instagram WWF @wwf_id	11
Gambar IV.1. Tampilan akun Instagram @spinning_globe	39
Gambar IV.2. Video Pertama akun @wwf_id.....	41
Gambar IV.3. Video Animasi Pertama akun @wwf_id	41
Gambar IV.4. Komik Animasi Pertama akun @wwf_id	42
Gambar IV.5. Kantor WWF Indonesia.....	44
Gambar IV.6. Logo WWF	46
Gambar IV.7. Pengguna Internet Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar IV.8. Pengguna Internet Berdasarkan Usia	55
Gambar IV.9. Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah.....	58
Gambar IV.10. Durasi Penggunaan Internet.....	61
Gambar IV.11. Pengguna Internet Berdasarkan Usia	62
Gambar IV.12. Konten Media Sosial Yang Sering Dikunjungi	63
Gambar IV.13. Alasan Utama Mengakses Internet	67
Gambar IV.14. Alasan Utama Mengakses Internet	70

Gambar IV.15. Alasan Utama Mengakses Internet	73
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Uji Validitas Responden	48
Tabel IV.2. Uji Reliabilitas Responden	50
Tabel IV.3. Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV.4. Identitas Berdasarkan Usia	54
Tabel IV.5. Identitas Berdasarkan Asal Daerah.....	56
Tabel IV.6. Frekuensi Mengakses Sosial Media Dalam Sehari.....	60
Tabel IV.7. Jenis Sosial Media Yang Sering Diakses.....	61
Tabel IV.8. Motif <i>Information Seeking</i>	64
Tabel IV.9. Motif <i>Pass Time</i>	68
Tabel IV.10. Motif <i>Entertainment</i>	71
Tabel IV.11. Motif <i>Expression of opinions</i>	75
Tabel IV.12. Motif <i>Communicatory Utility</i>	78
Tabel IV.13. Motif Tiap Responden	81
Tabel IV.14. Mean Pernyataan Responden.....	83
Tabel IV.15. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Motif <i>Information seeking</i>	84
Tabel IV.16. Tabulasi Silang Antara Usia Dengan Motif <i>Information Seeking</i>	86
Tabel IV.17. Tabulasi Silang Antara Asal Daerah Dengan Motif <i>Information Seeking</i>	87

Tabel IV.18. Tabulasi Silang Antara Frekuensi Akses Dengan Motif <i>Information Seeking</i>	89
Tabel IV.19. Tabulasi Silang Antara Jenis Sosial Media Dengan Motif <i>Information seeking</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner

LAMPIRAN 2: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 3: Identitas Responden

LAMPIRAN 4: Pernyataan motif *followers* mengikuti akun Instagram
WWF Indonesia “@wwf_id”

LAMPIRAN 5: *CrossTab*