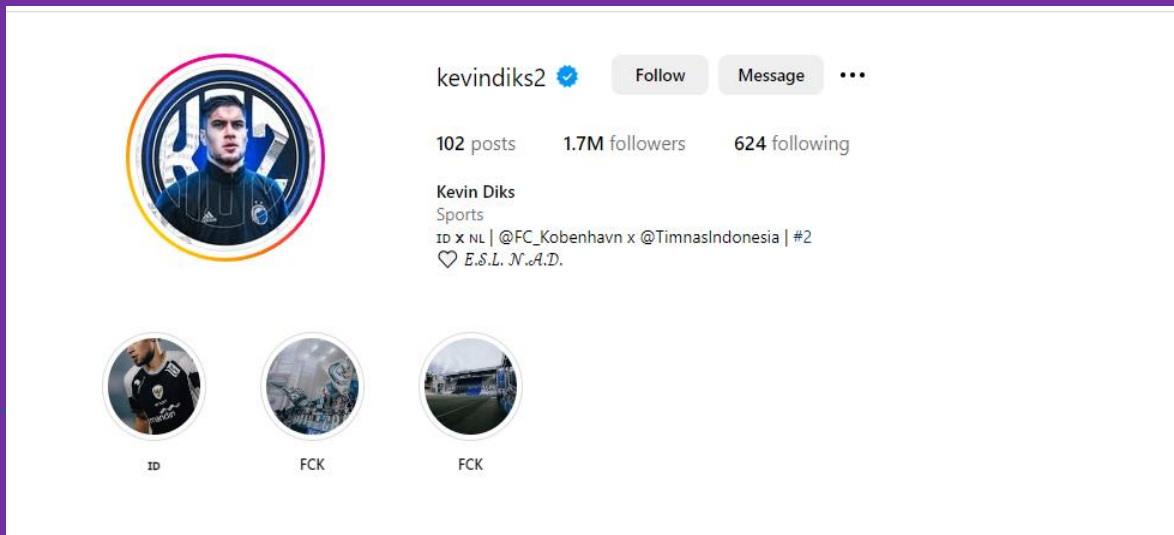




Judul Skripsi:

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN INSTAGRAM
EKSKLUSIF @KEVINDIKS2 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
DALAM MEMPEROLEH INFORMASI EKSKLUSIF ATLET TIMNAS
INDONESIA**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Siti Shafira Cahyani

NIM : 2110411131



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN INSTAGRAM EKSKLUSIF
@KEVINDIKS2 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DALAM
MEMPEROLEH INFORMASI EKSKLUSIF ATLET TIMNAS INDONESIA**

***THE INFLUENCE OF INSTAGRAM @KEVINDIKS2 EXCLUSIVE
CONTENT USING MOTIVES ON USER SATISFACTION IN GETTING
EXCLUSIVE INFORMATION ABOUT INDONESIAN NATIONAL TEAM
ATHLETES***

Oleh:

Siti Shafira Cahyani

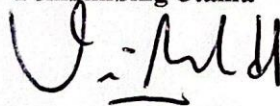
2110411131

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada
Tanggal seperti tertera di bawah ini**

Jakarta, 28 Juli 2025

Pembimbing Utama



Vina Mahdalena, S.Ikom., M.Si



**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Tahun 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Siti Shafira Cahyani

NIM : 2110411131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Juni 2025

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'MENERAI TEMPEL' and a unique identification number '83AMX350449036'. To the left of the stamp is a vertical black bar with a blue circular logo at the bottom.

(Siti Shafira Cahyani)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Shafira Cahyani
NIM : 2110411131
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN INSTAGRAM
EKSKLUSIF @KEVINDIKS2 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
DALAM MEMPEROLEH INFORMASI EKSKLUSIF ATLET TIMNAS
INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Depok,
Pada tanggal : 17 Juni 2025
Yang menyatakan,



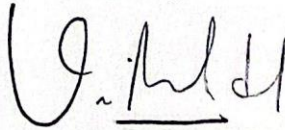
(Siti Shafira Cahyani)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Siti Shafira Cahyani
NIM : 2110411131
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN
INSTAGRAM EKSKLUSIF @KEVINDIKS2 TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA DALAM MEMPEROLEH
INFORMASI EKSKLUSIF ATLET TIMNAS INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



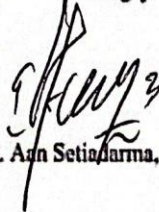
(Vina Mahdalena, S.Ikom., M.Si)

Penguji 1



(Dr. Dra. Hj. Rini Riyantini, M.Si)

Penguji 2



(Drs. Aan Setiadarma, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 14 Juli 2025

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN INSTAGRAM
EKSKLUSIF @KEVINDIKS2 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
DALAM MEMPEROLEH INFORMASI EKSKLUSIF ATLET TIMNAS
INDONESIA**

SITI SHAFIRA CAHYANI

ABSTRAK

Eksistensi Instagram sebagai platform populer telah menghadirkan beragam inovasi pada beragam fitur milik mereka, tidak terkecuali dengan hadirnya konten eksklusif pada fitur Instagram eksklusif. Fenomena konten Instagram eksklusif ini juga turut terjadi di kalangan atlet Timnas Indonesia, tercatat lebih dari 20 atlet Timnas Indonesia mengaktifkan fitur eksklusif ini untuk mengakses konten ataupun informasi yang mereka bagikan di media sosial Instagram miliknya. Salah satunya adalah Kevin Diks, yang pengikutnya meningkat dari 761 ribu menjadi 1,5 juta, mencerminkan tingginya minat terhadap konten eksklusif yang ia sajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan motif penggunaan konten Instagram eksklusif @kevindik2 terhadap kepuasan pengguna dalam memperoleh informasi eksklusif Atlet Timnas Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yakni berlangganan akun Instagram eksklusif @kevindik2 dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil uji dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motif penggunaan konten Instagram eksklusif @kevindik2 terhadap kepuasan pengguna dalam memperoleh informasi atlet Timnas Indonesia. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan konten Instagram eksklusif @kevindik2 hanya memberikan pengaruh sebesar 0,3% terhadap variabel kepuasan pengguna dan hasil uji hipotesis menggunakan uji t menunjukkan H1 ditolak dan H0 diterima. Hasil uji T pada variabel Y kepuasan pengguna juga menunjukkan bahwa hanya dimensi integrasi dan interaksi sosial yang mampu memenuhi kepuasan pengguna, sementara dimensi lainnya seperti dimensi informasi, identitas pribadi, dan hiburan belum mampu memenuhi kepuasan pengguna secara optimal.

Kata Kunci: Motif Penggunaan, Kepuasan, Instagram Eksklusif, Uses and Gratification

**THE INFLUENCE OF INSTAGRAM @KEVINDIKS2 EXCLUSIVE
CONTENT USING MOTIVES ON USER SATISFACTION IN GETTING
EXCLUSIVE INFORMATION ABOUT INDONESIAN NATIONAL TEAM
ATHLETES**

SITI SHAFIRA CAHYANI

ABSTRACT

The existence of Instagram as a popular platform has introduced various innovations across its features, including the presence of exclusive content through its exclusive subscription feature. This phenomenon of exclusive Instagram content has also extended to Indonesian national football team athletes, with more than 20 athletes reportedly activating this feature to share content or information on their Instagram accounts. One of them is Kevin Diks, whose followers increased from 761 thousands to 1.5 million, reflecting the high interest in the exclusive content he provides. This study aims to determine and analyze whether there is a significant influence of the motives behind using exclusive content on the @kevindik2 Instagram account on user satisfaction in obtaining exclusive information about Indonesian national team athletes. The theoretical framework used in this study is the Uses and Gratification Theory. The research employs a quantitative explanatory method, with data collected through an online questionnaire distributed to respondents who met the criteria namely, subscribers to the exclusive Instagram account @kevindik2 with a sample size of 100 respondents. The results of the study indicate that there is no significant influence between the motives for using exclusive content on @kevindik2 and user satisfaction in obtaining information about Indonesian national athletes. The coefficient of determination test also shows that the variable of usage motives only contributes 0.3% influence on the user satisfaction variable. The t-test hypothesis test results show that H1 is rejected and H0 is accepted. Furthermore, the t-test on the user satisfaction variable (Y) reveals that only the social integration and interaction dimension meets user satisfaction, while other dimensions such as information, personal identity, and entertainment have not yet fulfilled user satisfaction optimally.

Keywords: *Usage Motives, Satisfaction, Instagram Exclusive, Uses and Gratifications*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya serta memberikan kemudahan dan kelancaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Motif Penggunaan Konten Instagram Eksklusif @kevindiks2 Terhadap Kepuasan Pengguna dalam Memperoleh Informasi Eksklusif Atlet Timnas Indonesia. Peneliti menyadari selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orangtua peneliti yakni, Ibu Marlina dan Bapak Mohamad Amir untuk setiap doa yang tak pernah terputus, motivasi, dukungan dan keyakinan bahwa peneliti mampu untuk menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar pertama peneliti. Kepada Siti Annisa Rahmani, saudara kembar peneliti dan juga keluarga besar yang telah menjadi ruang aman, tempat bercerita, sekaligus penyemangat tanpa syarat di kala peneliti mulai lelah menghadapi proses ini.
2. Mba Vina Mahdalena, S.Ikom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan yang begitu berarti, baik dari segi ilmu, waktu dan kesediaannya untuk mendampingi langkah peneliti hingga akhir.
3. Ibu Dr. Dra. Hj. Rini Riyantini. selaku dosen penguji I dan Bapak Drs. Aan Setiadarma, M.Si. selaku dosen penguji II, yang telah memberikan saran dan kritik yang bermanfaat untuk penelitian ini.
4. Alia Rahmadina, Cindy Anisa, Davisya Ayu, Dinda Puspita, Dinda Rizky, Dewi Sinta, Izza Adlina, Nazla Afifah, Dhifa Soraya, dan Azahra Junita selaku rekan dan teman terbaik yang selalu menciptakan kenangan baik dan bermakna bagi peneliti di masa perkuliahan.
5. Syifa, Elvira dan Rida sebagai teman seperbimbingan dan seperjuangan yang selalu membuat proses ini terasa lebih hangat dan menyenangkan bahkan di hari hari sulit sekalipun.
6. Aulia Arfiati, Iis Azzahrotul Fitria, Arifa Nesia Putri, Ratna Astri Khofiani sebagai sahabat terbaik sejak SMA yang selalu menjadi pendengar yang baik,

penyemangat yang tulus, serta penghibur terbaik dengan cerita sederhana yang selalu berhasil menguatkan peneliti.

7. Seluruh pihak yang terlibat dan membantu peneliti, baik selama masa perkuliahan, penyusunan skripsi hingga pengumpulan data penelitian. Mulai dari responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner hingga seluruh staff di UPN “Veteran” Jakarta yang telah memudahkan segala urusan administrasi selama perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 17 Juni 2025



Siti Shafira Cahyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Teoritis.....	12
1.3.2 Tujuan Praktis	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penelitian	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Konsep Penelitian.....	34
2.2.1 New Media.....	34
2.2.2 Instagram	35
2.2.3 Motif Penggunaan Media.....	39
2.2.4 Kepuasan.....	40
2.2.5 Teori Penelitian.....	42
2.3 Kerangka Berpikir	45
2.4 Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Objek Penelitian	47
3.2. Jenis Penelitian	50
3.3. Definisi Operasional Variabel	50
3.4. Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
3.6. Sumber Data	56
3.6.1. Data Primer	56
3.6.2. Data Sekunder.....	57
3.7. Pengolahan dan Metode Analisis	57
3.7.1. Teknik Pengolahan Data.....	57
3.7.2. Uji Validitas.....	57
3.7.3. Uji Reliabilitas	61
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi	62
3.7.5 Uji Regresi Linear Sederhana	63
3.7.6 Uji Hipotesis	63
3.8. Tabel Rencana Waktu	64
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Karakteristik Responden.....	65
4.1.2 Hasil Analisis Data Variabel X (Motif Penggunaan Media)	67
4.2.1 Analisis Uji Koefisien Determinasi	82
4.2.2 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
4.2.3 Analisis Uji Hipotesis	83
4.3 Pembahasan	84
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Praktis	95
5.2.2 Saran Teoritis.....	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. Rentang Skor Skala Likert	56
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X	59
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	59
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas pada Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	61
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	62
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	62
Tabel 9. Rencana Waktu	64
Tabel 10. Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 11. Usia Responden.....	66
Tabel 12. Rata Rata Variabel X	67
Tabel 13. Rata Rata Variabel Y (Gratification Sought)	71
Tabel 14. Rata Rata Variabel Y (Gratification Obtained)	74
Tabel 15. Kesenjangan (GAP) antara GS dan GO	77
Tabel 16. Hasil Uji T Dimensi Informasi	77
Tabel 17. Hasil Uji T Dimensi Identitas Pribadi.....	78
Tabel 18. Hasil Uji T Dimensi Integrasi dan Interaksi Sosial	79
Tabel 19. Hasil Uji T Dimensi Hiburan	81
Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
Tabel 22. Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Motif Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2. Peringkat Platform Media Sosial.....	3
Gambar 3. Unggahan Video Pembaruan Fitur Berlangganan.....	4
Gambar 4. Biaya Berlangganan IG Eksklusif Pemain Timnas Indonesia	6
Gambar 5. Akun Instagram Kevin Diks.....	8
Gambar 6. Postingan Instagram Eksklusif Kevin Diks.....	9
Gambar 7. Perbedaan Postingan Instagram Biasa dan Postingan <i>Exclusive</i>	38
Gambar 8. Harga dan Manfaat Berlangganan <i>Exclusive</i> Instagram	39
Gambar 9. Model Expectancy Values.....	44
Gambar 10. Kerangka Penelitian	46
Gambar 11. Postingan <i>Exclusive</i> Instagram Kevin Diks	48
Gambar 12. Lencana Mahkota pada Pelanggan Fitur Instagram <i>Exclusive</i>	49
Gambar 13. Keuntungan Pelanggan Fitur Instagram <i>Exclusive</i>	49
Gambar 14. Interaksi Kevin Diks pada Konten Instagram Eksklusif	79
Gambar 15. Interaksi Kevin Diks pada Konten Instagram Eksklusif	80
Gambar 16. Interaksi Kevin Diks pada Konten Instagram Eksklusif	81
Gambar 17. Perbandingan Jumlah Pengikut Kevin Diks dan FC Kobenhavn.....	85
Gambar 18. Postingan Instagram Eksklusif @kevindik2.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	109
Lampiran 3. Hasil Uji.....	112