

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju saat ini telah memudahkan manusia untuk berkomunikasi, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang sedang diminati untuk digunakan berkomunikasi adalah Instagram. Fitur Instagram yang paling berkontribusi dalam peningkatan penggunaan Instagram adalah Instagram Stories, yang memungkinkan pengguna berbagi aktifitas sehari-harinya maupun referensi melalui foto ataupun video dengan orang lain yang hanya dapat dilihat dalam waktu 24 jam. Dimana dalam menggunakan Instagram Stories, para pengguna memiliki motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Instagram Stories, serta mengetahui pengaruh motif dalam menggunakan Instagram Stories terhadap kepuasan mahasiswa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *CMC(Computer Mediated Communication)*, dan *uses and gratification*. Dalam mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel yang digunakan sebanyak 83 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2016-2018, dengan teknik *sampling purposive*. Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software SPSS 20.0*, menunjukkan bahwa motif penggunaan Instagram Stories memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2016-2018. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil perhitungan regresi linier sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana angka  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu, secara keseluruhan Instagram Stories dapat memenuhi kepuasan responden, yang ditunjukkan dari  $GS < GO$ .

Kata Kunci: Instagram Stories, Motif, Kepuasan

## **ABSTRAC**

*The development of increasingly information and communication technology nowadays makes it easier for humans to communicate, one of which is to use social media. One of the social media that is in demand for communication is Instagram. The Instagram feature that most contributes to increasing Instagram usage is Instagram Stories, which allows users to share their daily activities as well as references through photos or videos with others that can only be seen within 24 hours. Where in using Instagram Stories, users have certain motives to meet their needs. This study aims to determine the motives and the satisfaction experienced used by students, and to know the effect of motives in using Instagram Stories on student satisfaction. The theory used in this study is CMC (the uses and gratification theory, which essentially means that the audience is basically in consuming media based on certain motives. In achieving the objectives of the study, the authors used a quantitative method with a survey approach and used a questionnaire as an instrument for data collection. The sample used was 83 students of UPN "Veteran" Yogyakarta Communication Sciences class of 2016-2018, with purposive sampling technique. Based on statistical tests that have been carried out using the SPSS 20.0 softwares tool, it shows that the motives for using Instagram Stories have an influence on the satisfaction students of Communication Science UPN "Veteran" Yogyakarta in the 2016-2018. This is shown from the results of simple linier regression obtained a significance value of 0,000 where the number  $0,000 < 0,05$  so that it can be stated that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that there is a motive influence on the use of Instagram Stories on the satisfaction students of Communication Science UPN "Veteran" Yogyakarta in the 2016-2018. In addition, overall Instagram Stories can meet respondent satisfaction, which is indicated by  $GS < GO$ .*

*Keywords: Instagram Stories, Motives, Satisfaction*