

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI
KELOMPOK SUPORTER *GREENNORD 27***

SKRIPSI



OLEH

**ZAH DAN ZAID
19043010133**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**


LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI
KELOMPOK SUPORTER GREENNORD 17**

Disusun Oleh:
Zahdan Zaid
NPM. 19043010133

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
PEMBIMBING


Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP.1983120120212119004

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Chairi Syrahmanli, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KELOMPOK SUPORTER GREENNORD 27

Disusun Oleh :

Zahdan Zaid

NPM. 19043010133

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 06 Juli 2024

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji

1. Ketua

Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 1983120120212110004

Dr. Irawan Dwi Arianto, S.Sos., M.L.Kom
NIP. 197602082021211003

2. Sekretaris

Dian Hutami P., S.I.Kom., M.Med.Kom
NPT.21219940920325

3. Anggota

Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 1983120120212110004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur

Dr. Catur Surinsoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahdan Zaid
NPM : 19043010133
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Kelompok Suporter *Greenord*.²⁷

Dengan ini menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,

Zaid)
METERAN
TEMPEL
30DALX146880828

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur tercurahkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan anugerah dari-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penggunaan Media sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Kelompok Suporter *Greenord27*”.

Selama penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran bagi peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, terlepas dari berbagai kekurangan dan kelebihan dalam penelitian ini. Peneliti sangat berharap mendapatkan kritik dan saran yang membangun agar ke depannya penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat bagi banyak pihak.

Surabaya, 12 Juni 2024

Zahdan Zaid

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi kelompok *Greenord27*. Secara khusus penelitian ini membahas 5 elemen teori *Uses and Gratification*, yaitu kebutuhan pengikut akun Instagram *@greenord.27* secara kognitif, afektif, sosial, personal, dan pelepasan. Penelitian ini dilakukan dengan berpegang pada teori *Uses and Gratification*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya diperoleh melalui wawancara serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram *@greenord.27* menjadi media komunikasi para suporter klub sepakbola Persebaya, terutama para suporter yang menghuni Tribun Utara. Tetapi, tidak semua kebutuhan narasumber berupa kebutuhan kognitif, afektif, sosial, personal, dan pelepasan dapat terpenuhi melalui akun Instagram *@greenord.27*. Hal itu disebabkan oleh kebutuhan setiap individu berbeda-beda dan tujuan setiap orang dalam memutuskan untuk mengikuti akun GN juga beragam terutama kebutuhan personal dan pelepasan. Hasil analisis kebutuhan pelepasan menunjukkan jika terdapat narasumber yang memilih sosial media lain dalam memenuhi kebutuhan pelepasannya, seperti TikTok dan YouTube.

Kata kunci: Instagram, *Greenord 27*, *Uses and Gratification*

ABSTRACT

This research aims to explain the use of Instagram social media as a communication medium for the Greenord27 group. Specifically, this research discusses three things: the needs of followers of the @greenord.27 Instagram account cognitively, affectively, socially, personally, and tension release needs (escapism). This research was conducted by adhering to the Uses and Gratification theory. The research method used is qualitative, and the data collection techniques are obtained through interviews and observations. The results showed that the Instagram account @greenord.27 is a communication medium for Persebaya football club supporters, especially the supporters who occupy the North Stand. However, not all of the interviewee's needs in the form of cognitive, affective, social, personal and release needs can be met through the Instagram account @greenord.27. This is because each individual's needs are different and each person's goals in deciding to join a GN account also vary, especially personal needs and release. The results of the release needs analysis show that there are sources that choose other social media to fulfill their release needs, such as TikTok and YouTube.

Keywords: *Instagram, Greenord 27, Uses and Gratification*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Pustaka	17
2.2.1 <i>New Media</i>	17
2.2.2 Media Sosial Instagram	21
2.2.3 <i>Uses and Gratifications</i> (Kebutuhan dan Kepuasan)	24
2.3 Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
3.2 Definisi Konseptual	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.4 Teknik Pemilihan Informan.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Data Narasumber Penelitian.....	38
4.1.2 Gambaran Umum Akun Instagram Greennord27.....	40
4.1.3 Gambaran Umum Kelompok <i>Supporter</i> Greennord27.....	42
4.2 Paparan Data Penelitian.....	43
4.2.1 Kebutuhan Kognitif (<i>Cognitive Needs</i>).....	44
4.2.2 Kebutuhan Afektif (<i>Affective Needs</i>)	51
4.2.3 Kebutuhan Sosial (<i>Social Needs</i>).....	55
4.2.4 Identitas Pribadi/Kebutuhan Interaktif (<i>Personal</i> <i>identity/interactive needs</i>)	56
4.2.5 Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (<i>Tension release needs</i>).....	58
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Kebutuhan Kognitif (<i>Cognitive Needs</i>).....	60
4.3.2 Kebutuhan Afektif (<i>Affective Needs</i>)	66
4.3.3 Kebutuhan Sosial (<i>Social Needs</i>).....	70
4.3.4 Identitas Pribadi/Kebutuhan Interaktif (<i>Personal</i> <i>identity/interactive needs</i>)	75
4.3.5 Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (<i>Tension release needs</i>).....	76
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2018-2023	2
Gambar 2. 1 Model Teori Uses and Gratifications Katz et.al	28
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Panduan Wawancara.....	84
Lampiran. 2 Transkrip Wawancara.....	86
Lampiran. 3 <i>Letter Of Acceptance</i>	109