

ABSTRAK

PENGARUH FITUR INSTAGRAM STORIES TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung
Angkatan 2015 dan 2016)

Oleh

Enny Nurcahyani

Instagram *Stories* merupakan sebuah fitur yang terdapat pada aplikasi Instagram, yang memungkinkan pengguna mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam. Kemunculan fitur Instagram *Stories* membuat jumlah pengguna Instagram meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh fitur Instagram *Stories* terhadap kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung angkatan 2015 dan 2016. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei dan menggunakan angket sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 56 responden. Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara fitur Instagram *Stories* terhadap kepuasan mahasiswa dengan tingkat korelasi cukup berarti. Selisih mean antara *Gratification Sought* (GS) dengan *Gratification Obtained* (GO) yaitu sebesar 1,58 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh fitur Instagram *Stories* dalam kelas interval masuk kedalam kategori rendah.

Kata Kunci: Instagram *Stories*, kepuasan

ABSTRACT

INFLUENCE OF INSTAGRAM STORIES ON STUDENTS GRATIFICATION

*(Study on Communication Science's Students Bandar Lampung University
batch 2015 and 2016)*

by

Enny Nurcahyani

Instagram Stories is a brand new feature from Instagram which provide users can share photos and videos which last only 24 hours or a day. When this feature launched, the Instagram users are getting increase. This research purpose to find out the influence of Instagram Stories on students gratification. This research is quantitative research with survey method and used questionnaire as instrument data collection. The samples of this research were 56 respondents with purposive sampling method. The result of this research showed that Instagram Stories feature has significantly influenced on students gratification with sufficient correlation level. Differences mean between Gratification Sought (GS) and Gratification Obtained (GO) is 1,58 showed that influence of Instagram Stories in interval class into low categories.

Keyword: *Instagram Stories, gratification*