

202210040311232
Dio Rico Ifan Afandi
Ilmu Komunikasi

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI
REELS INSTAGRAM**

*(Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang
yang mengikuti Instagram @helobagas)*

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Dio Rico Ifan Afandi

202210040311232

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dio Rico Ifan Afandi
202210040311232

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 01 April 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Nurudin, M.Si.**
2. **Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom**
3. **Isnani Dzuhrina, M.Adv**

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Susilo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI
REELS INSTAGRAM**
(Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang
yang mengikuti Instagram @helobagas)

Diajukan Oleh :

DIO RICO IFAN AFANDI
202210040311232

Telah disetujui
Rabu / 01 April 2026

Pembimbing I


Isnani Dzuhrina, M.Adv

Wakil Dekan I



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/II/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Dio Rico Ifan Afandi
No. Induk Mahasiswa : 202210040311232
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES
KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM** (*Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC
Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas*)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 27 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv



Kampus I
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 364 219 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



(*) Coret yang tidak perlu

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Dio Rico Ifan Afandi
NIM : 202210040311232
Program Studi : Ilmu Komunikasi

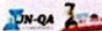
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2026/2027 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 Februari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bankang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bambang Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tugu No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 378 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Dio Rico Ifan Afandi
NIM :202210040311232
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : **MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM** (*Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas*)

Disetujui,
Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 142 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dio Rico Ifan Afandi
NIM : 202210040311232
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas)
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Februari 2026

Yang Menyatakan,


METERAI
PENG. P. 10)
35ANX305425033

Dio Rico Ifan Afandi



Kampus I
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS
INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah
Malang yang mengikuti Instagram @helobagas)**

Oleh:

Nama : Dio Rico Ifan Afandi

NIM : 202210040311232

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 27 Februari 2026

Pembimbing I/Promotor

Isnani Dzuhrina, M.Adv

NIP. 10306110439





Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sudani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 140 (Hunting)
F: +62 341 582 600

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

	PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Tanda Terima Plagiasi	
<hr/>			
Nama	: <u>Dio Rico Ifan Afandi</u>		
NIM	: <u>202210040311232</u>		
Hasil Plagiasi : 2/3		2/3	
BAB I	8		
BAB II	5		
BAB III	22	16	
BAB IV		2	
BAB V		0	
BAB VI		10	
		Malang, 2 Maret 2026	
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG		Admin Plagiasi Prodi, M. Dasuki	

CS Dipindai dengan CamScanner



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Dio Rico Ifan Afandi
2. NIM : 202210040311232
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas)
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
11 Oktober 2025	Pengajuan fenomena/Topik Penelitian	
25 Oktober 2025	Pengajuan BAB I-III	
20 November 2025	ACC BAB I-III	
26 November 2025	Seminar Proposal	
27 Januari 2026	Pengajuan BAB IV-V	
10 Februari 2026	ACC BAB IV-V	
24 Februari 2026	Seminar Hasil	

Malang, 27 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sudani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 465 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 24 Februari 2026

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Dio Rico Ifan Afandi
2. NIM : 202210040311232
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas)
6. Dosen Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Dosen Penguji : Dr. Nurudin, M.Si

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link

<https://us06web.zoom.us/j/82613120713?pwd=nzfiWMzDHAwA2bCqSnk3g57NgOHh1c.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 20 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Malang, 27 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv

Dosen Penguji

Dr. Nurudin, M.Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stya Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sudani No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 009

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	Nama	NIM	Keterangan
1	Bara Aji Saputra	202210040311157	Ilmu Komunikasi
2	Putri Devita Anggraini	202210040311225	Ilmu Komunikasi
3	Mardian Husaini	202210040311223	Ilmu Komunikasi
4	Tayomi Nur Arifin Wiranata	202110040311042	Ilmu Komunikasi
5	Weka Listia Yuwanaratri	202310040311180	Ilmu Komunikasi
6	Virginenza Ayuba	202210040311434	Ilmu Komunikasi
7	Cellina Putri Larasati	202210040311161	Ilmu Komunikasi
8	Vera Amalia Agtrina Putri	202210040311305	Ilmu Komunikasi
9	Tasya Aisyiyah Maulidah	202210040311276	Ilmu Komunikasi
10	Harkita Prabaningrum	202210040311268	Ilmu Komunikasi
11	Febriani Auryan Ananda	202210040311152	Ilmu Komunikasi
12	Salma Faticha Zahra	202210040311120	Ilmu Komunikasi
13	Alifia Antika	202210040311421	Ilmu Komunikasi
14	Delia Sagita Fitri	202210040311236	Ilmu Komunikasi
15	Aris Putri Wulandari	202210040311244	Ilmu Komunikasi
16	Manzila Nurul Istiqomah	202210040311402	Ilmu Komunikasi
17	Sabrina Ramadhani Sabruddin	202210040311401	Ilmu Komunikasi
18	Aflah Chintya Azka Arhana	202210040311286	Ilmu Komunikasi
19	Salma Alodia Dewi	202210040311189	Ilmu Komunikasi
20	Maulidatus Syarifah	202210040311395	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sitem No 166 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 583 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

ABSTRAK

Dio Rico Ifawn Afandi. NIM. 202210040311232. Motif Followers Dalam Mengakses Konten Reflektif Di Reels Instagram (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas). Edisi 2026. Skripsi.

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, mendorong munculnya berbagai jenis konten yang tidak hanya bersifat hiburan dan informasi, tetapi juga bersifat reflektif. Konten reflektif hadir sebagai ruang yang mewadahi audiens untuk memahami diri sendiri, mengekspresikan emosi dan melakukan introspeksi. Di Indonesia juga ada salah satu konten kreator yang menciptakan konten tersebut, yakni @helobagas.

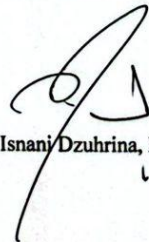
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang dalam mengakses konten reflektif di Reels Instagram @helobagas. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang dimana teori ini mengungkapkan bahwa setiap individu secara aktif dalam memilih atau menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Ada lima kebutuhan yang diungkapkan oleh teori ini yakni, kognitif, afektif, identitas pribadi, interaksi sosial dan pelepasan.

Melalui metode wawancara dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa subjek memenuhi lima kebutuhan yang diungkapkan oleh teori *Uses and Gratifications*, namun berada pada tingkatan yang berbeda. Dimana motif identitas pribadi menjadi motif dominan, karena subjek memanfaatkan konten reflektif @helobagas sebagai sarana evaluasi atau penguatan diri atas pengalaman yang dihadapi. Kemudian motif afektif dan pelepasan sebagai pendukung, karena kedua motif ini dianggap sebagai tahap awal sebelum subjek melakukan refleksi diri sebelum mengarah pada penguatan identitas pribadi. Selain itu motif kognitif dan interaksi sosial dianggap sebagai motif situasional karena hanya muncul ketika subjek merasa membutuhkan informasi atau mengetahui perasaan orang lain.

Kata Kunci: Konten Reflektif, Motif Followers, Instagram Reels, *Uses and Gratifications*, Helobagas

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Isnani Dzuhrina, M.Adv

Malang, 27 Februari 2026

Peneliti



Dio Rico Ifan Afandi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan masa pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dan sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW. Penelitian ini berjudul MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES KONTEN REFLEKTIF DI REELS INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa CoE-SCDC Batch 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang mengikuti Instagram @helobagas) sebagaimana disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami motif followers dalam mengakses konten reflektif yang diunggah melalui fitur Reels Instagram pada akun @helobagas. Secara khusus penelitian ini berupaya mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang melatarbelakangi mahasiswa dalam mengonsumsi konten reflektif, baik dari aspek kognitif, afektif, identitas pribadi, interaksi sosial dan pelepasan, sebagaimana sejalan dengan teori *Uses and Gratifications*. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Fauzik Lendriyono, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Isnani Dzuhrina, M.Adv selaku dosen pembimbing yang senantiasa menuntun penulis mengerjakan penelitian ini, serta selalu memberikan motivasi, arahan dan semangat sehingga penulis bisa menuntaskan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana.

5. Bapak Dr. Nurudin, M.Si selaku dosen penguji seminar hasil dan sekaligus menjadi dosen pembimbing yang tidak menyulitkan penulis selama melaksanakan revisi.
6. Bapak Rateno dan Ibu Endang selaku orang tua penulis yang sejak awal selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis. Bapak dan Ibu adalah sumber kekuatan bagi penulis dalam setiap proses dan langkah. Terima kasih atas segala pengorbanan dan perjuangan yang tidak terhingga sehingga penulis bisa melanjutkan pendidikan di tingkat perguruan tinggi dan memperoleh gelar sarjana.
7. Mas Angga, Mbak Ria dan Felicya selaku keluarga kandung penulis yang selalu senantiasa memberikan waktu, dukungan, dan doa selama masa studi penulis.
8. Bara Aji selaku sahabat di perkuliahan yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah selama di Malang. Terima kasih atas cerita, kebersamaan, bantuan dan motivasi sehingga penulis merasa terbantu dan semangat dalam mengerjakan tugas akhir. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
9. Aris Putri selaku sahabat penulis dari p2kk yang selalu kebersamai dari awal perkuliahan dan sampai saat ini. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, serta menjadi tempat berbagi cerita maupun keluh kesah. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
10. Mardian Husaini selaku sahabat penulis dari maba yang senantiasa kebersamai dan membantu penulis ketika awal perkuliahan sampai saat ini serta menjadi tempat cerita bagi penulis. Terima kasih selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk terus semangat menyelesaikan tugas akhir. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
11. Sahabat Prindapan (Bara, Fauzi, Auryan, Nesya, Antik) selaku teman penulis dari awal bergabung di HUMAS HIMAKOM yang sampai sekarang masih kebersamai dan memberikan semangat kepada penulis ketika

menyelesaikan tugas akhir. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.

12. Teman penulis mulai maba (Devita, Delia, Cindy, Putri, Mardian) yang senantiasa kebersamai penulis di awal perkuliahan dan sampai saat ini masih memberikan dukungan dan semangat bagi penulis. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
13. Rekan-Rekan dan teman HUMAS HIMAKOM 2022 (Hishni, Bara, Fauzi, Riza, Irawan, Abu, Nesya, Antik, Auryn, Aurel, Sena) yang senantiasa memberikan cerita dan warna bagi penulis ketika bergabung di organisasi. Terima kasih atas segala kerja keras nya untuk HIMAKOM khususnya di HUMAS.
14. Sobat Skripsi (Bara, Manzila, Welly, Sabrina, Lily, Harkita) selaku teman perjuangan penulis untuk mengerjakan tugas akhir, senantiasa kebersamai dan memberikan semangat, bantuan ketika penulis merasa kesusahan. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
15. Janda anak 5 (Theo, Izzul, Reiza, Ito, Ica, Ifa, Windi) selaku sahabat penulis dari SMA yang sampai saat ini selalu memberikan semangat, dukungan dan menjadi tempat penulis untuk berbagi cerita dan keluh kesah. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
16. WER (Aan, Wahyu, Ariel, Kelvin, Nadiyah, Putri, Hajar, Ica, Fawwaz, Amel) selaku sahabat penulis di SMA kelas IPA 8 yang sampai saat ini selalu memberikan semangat, dukungan dan menjadi tempat penulis untuk berbagi cerita. Semoga kebersamaan bisa terus terjalin sampai nanti.
17. Putra Putri Batik Gresik (Rohman, Iqbal dan Sheila) selaku teman penulis yang bertemu saat perlombaan ajang Pageant Batik Gresik 2025 yang selalu memberikan dukungan dan semangat bagi penulis di setiap proses kehidupan termasuk pada penyusunan skripsi ini.
18. Dan terakhir kepada diri saya sendiri yang telah berjuang melalui proses, tantangan, keraguan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih karena mampu bertahan ditengah rasa lelah, dan tetap berusaha kuat untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dari proses ini memberikan pelajaran untuk

memahami diri, mengelola emosi dan bertumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat, sabar dan tanggung jawab.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iii
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi Dalam Interaksi Digital	8
2.2 Media Sosial Sebagai Ruang Penyebaran Pesan Reflektif	10
2.2.1 Motif Penggunaan Media Sosial	12
2.2.2 Konten Reflektif Di Media Sosial.....	14
2.2.3 Media Sosial Instagram.....	15
2.2.4 Konten Di Instagram	16
2.3 Teori Uses and Gratification	18
2.4 Penelitian Terdahulu	22
BAB III	25

METODE PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Pendekatan Penelitian	25
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian	26
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.5 Sumber Data.....	27
3.6 Subjek Penelitian.....	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8 Teknik Analisis Data.....	28
3.9 Uji Keabsahan Data.....	29
BAB IV	31
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	31
4.1 Profil Akun Instagram @helobagas	31
4.2 Mahasiswa CoE-SCDC Universitas Muhammadiyah Malang (Batch 3)	33
BAB V.....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
5.1 Subjek Penelitian.....	38
5.2 Sajian Data	43
5.2.1 Kebutuhan Kognitif.....	43
5.2.2 Kebutuhan Afektif.....	48
5.2.3 Kebutuhan Identitas pribadi	53
5.2.4 Kebutuhan Interaksi Sosial	59
5.2.5 Kebutuhan Pelepasan	64
5.3 Pembahasan.....	68
BAB VI.....	73
PENUTUP.....	73
6.1 Kesimpulan	73
6.2 Saran.....	74
6.2.1 Saran Akademis	74
6.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Konten @helobagas dan Interaksi Audiens	5
Gambar 2.1 Model Uses and Gratifications.....	21
Gambar 4.1 Akun Instagram @helobagas	31
Gambar 4.2 Format Feed/Carousel @helobagas.....	32
Gambar 4.3 Format Reels @helobagas.....	33
Gambar 4.4 Data Peserta CoE-SCDC Batch 3 UMM	35
Gambar 4.5 Peserta CoE-SCDC Batch 3 UMM.....	35



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 5.1 Data Subjek Penelitian	43



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, D., & Wijayani, I. (2022). Social Media as Self Existence in Students Using Tiktok Applications. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(3), 300–311. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i3.2108>
- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). KONSEP PENGEMBANGAN DIRI DALAM MENGHADAPI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI ERA 4.0. *Komunike, Volume XII*, 1–23.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok : Studi Uses and Gratification di Era Digital*. 2, 103–116.
- Agustini, V. D., Studi, P., & Komunikasi, I. (2021). *Media Sosial sebagai Tempat Literasi Ibadah di Era Pandemi (Pendekatan Teori Uses and Gratifications pada Chanel Youtube TV Social Media as a Place for Worship Literacy in The Pandemic Era (Uses and Gratifications Theory Approach on TV MU Youtube Chanel)*. 1(1), 30–38. <https://doi.org/10.31603/bcrev.4899>
- Chrystian, R., Delfriance, M., Br, E., & Perada, F. (2025). *Analisis Gaya Komunikasi Presenter Metro TV Melalui Roasting*. 2(1), 6–9.
- Fadhallah, R. (2021). *WAWANCARA*. [https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=yyIGC2-0bX&dq=metode wawancara adalah&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=metode wawancara adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=yyIGC2-0bX&dq=metode%20wawancara%20adalah&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=metode%20wawancara%20adalah&f=false)
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). *PENGARUH TEKNOLOGI KOMUNIKASI TERHADAP INTERAKSI SOSIAL DI ERA DIGITAL*. 4(1), 149–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.5555/miji.v4i1.99>
- Falca, S. N., Kristianingsih, S. A., Psikologi, F., Kristen, U., Wacana, S., Tengah, J., & Sosial, I. (2023). *HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN INTERAKSI SOSIAL PADA MAHASISWA*. 5(2), 259–272.
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–322.

- Fransin, L., Leksono, A., & Febrianita, R. (2024). Isu Kesehatan Mental Dan Persepsi Followers Pada Akun Instagram @Ibunda.id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024(20), 463–470. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14310162>
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344.
- Hasan, H. (2022). *Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri*. 2(1), 23–29.
- Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., Rahayu, S. U., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi. 1*.
- Hasny, F. A., Renadia, S. H., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114–127. <https://doi.org/10.51544/jlkm.v5i2.1671>
- Istiqomah, N. A., & Daroini, M. (2022). *MOTIF PENGGUNAAN INSTAGRAM @BARIKA BOUTIQUE SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 2(February).
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Kurnilia, R. E., Triamita, V. Y., Atika, L. N., Pramesti, A. P., Zuhri, S., Shobari, M. K., Ramelan, M. W., Fatmawatie, N., Ardika, R., Aditya, T., & Sugiarto, S. (2024). Konten Kreatif yang Menarik secara Visual dan Emosional sebagai Upaya Meningkatkan Engagement dan Loyalitas Pelanggan Oishi Chicken Fillet. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 693–697. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1744>
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan Akun Second Instagram Sebagai Media Ekspresi Diri Remaja Di Era Digital. *Arini: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.71153/arini.v2i1.277>
- Litha, T. S., & Kreshan, A. (2024). *KETERTARIKAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP KONTEN VISUAL DI INSTAGRAM@himakom.uki*. 11(1), 103–113.
- Machmud, M. (2024). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Penerbit Selaras.
- Mahendra, A. Y., Suryo S, H., & Siswanta, S. (2025). Motif Penggunaan Media Sosial X Oleh Remaja di Dusun Sumber Barat Desa Sumberjosari Kecamatan Karangrayung Kabupaten Grobogan. *Solidaritas*, 8(2 SE-Artikel). <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/11164>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

- Maulana, J. (2021). *PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN*. 4.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nuh, M. (2022). Penyuluhan Mengelola Website Sebagai Media Publikasi, Komunikasi Dan Informasi Pada Pesantren Hidayatullah Jonggol. *Jurnal Pedes - Pengabdian Bidang*, 2, 110–117. <https://journal.interstudi.edu/index.php/jurnalpedes/article/view/1646/282>
- Nuha, M. S., Hidayah, N., & Hotifah, Y. (2023). Peran Konselor Dalam Menyiapkan Peserta Didik Menghadapi Tantangan Kurikulum Merdeka Ditinjau Dari Paradigma Konstruktivisme. *Prosiding Seminar Nasional OPPSI 2023*, 2(December 2023), 44–51. <https://publishing.oppsi.or.id/index.php/SN/article/view/28>
- Nursakinah, N., Alim, J. A., & Ulya, Z. (2025). *Pengalaman Generasi Z dalam Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Ekspresi Diri*. 3(2), 1–6.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. sayyidatul. (2021). *JENIS JENIS KOMUNIKASI*. 2.
- Fisip UMM. (2024). *Kelas CoE*. <https://fisip.umm.ac.id/kelas-coe/>
- Helobagas. (2026). *Profil Instagram @helobagas*. <https://www.instagram.com/helobagas?igsh=ZzllOHJjNjdsaWFz>
- Prasetya, B. A., & Hastuti, D. (2021). *Lebih Dekat dengan Helo Bagas, Content Creator Asal UNS*. <https://uns.ac.id/id/uns-update/lebih-dekat-dengan-helo-bagas-content-creator-asal-uns.html#:~:text=Lebih Dekat dengan Helo Bagas,Asal UNS - Universitas Sebelas Maret>
- Qadir, A. (2024). Media Sosial(Definisi, Sejarah Dan Jenis-jenisnya). *JurnalAgama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 1–23.
- Ramayanti, A. R., Narti, S., & Yanto, Y. (2023). Motif Pengguna Aplikasi Tempo Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 551–566. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4458>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17(33), 81–95.
- Salma, Q., Sartika, R., & Handayani, P. (2025). Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron “Asmara Gen Z” Dengan Menggunakan Teori Uses And Gratification. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.513>
- Saputra, F. B., Syalsabila, A., Fadhillah, Y., & Firmansyah, R. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan

- Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 66–77.
- Sariroh, H., & Jannah, I. (2024). *PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM PEMBELAJARAN KOSA KATA BAHASA ARAB Hilmah*. 3(2), 1–23.
- Seco, V. Y. R., & Cendana, W. (2022). Penerapan Refleksi Pribadi Untuk Membantu Guru Menjalankan Peran Sebagai Fasilitator Pada Pembelajaran Daring. *Padma Sari: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(02), 103–116. <https://doi.org/10.53977/ps.v1i02.371>
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 98–122. <http://journal.unj.ac.id/>
- Shao, J., Zhao, M., Lyu, Y., & Chen, Y. (2023). *Why do users keep coming back to TikTok? Understanding users' motivation toward the continuous use intention of Chinese adolescent social media users*. [https://doi.org/10.21511/im.19\(3\).2023.12](https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.12)
- Delima, S. M., Wati, L., Salsabil, L. S., Studi, P., Komunikasi, I., Syekh-yusuf, U. I., & Tangerang, K. (2023). *Pengaruh Motif Penggunaan Instagram @ Kalasemi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Skincare berpartisipasi untuk memberikan feedback dengan terbuka, meninggalkan komentar, oleh masyarakat. Macam-macam fitur menarik yang ditawarkan Instagram membuat*. 11(2), 294–305.
- Kanda, A. S., & Firdaus, E. (2024). *Pengaruh Konten Self-Healing Di Instagram Terhadap Kesehatan Mental Generasi Z Di Kota Bandung*. 2(2), 34–38.
- Triyunanto, C. R. (2024). *Apa Itu Refleksi? Ini Definisi dan Cara Melakukannya*. DetikEdu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7250598/apa-itu-refleksi-ini-definisi-dan-cara-melakukannya>
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Sundari, D., Wirman, W., & Yozani, R. E. (2023). Konstruksi Makna Self Healing Millennial Moms Di Instagram. *Medium*, 11(01), 67–91. [https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11\(01\).12135](https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11(01).12135)
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2021). *ANALISIS TEORI USES AND GRATIFICATION: MOTIF MENONTON KONTEN FIRMAN TUHAN INFLUENCER KRISTEN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK*. 1. <https://vt.tiktok.com/ZSJVqaok6/>

Wijaya, F. R., Lubis, F. A. R., Siregar, M. N. S., & Batubara, A. A. F. (2025). Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait. *Jurnal Edukatif*, 3(2), 271–276.

Yuliani, W. (2018). METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>

