

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@mojokertojalanjalan SEBAGAI REFERENSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH *COFFEE SHOP* DI MOJOKERTO**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
MOHAMAD ADI CAHYONO
NIM. 5.22.03.05.0.003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT**

2026

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@mojokertojalanjalan SEBAGAI REFERENSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH COFFEE SHOP DI MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan Dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Mengikuti Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Majapahit

**DISUSUN OLEH :
MOHAMAD ADI CAHYONO
NIM : 5.22.03.05.0.003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT**

2026

PERYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : MOHAMAD ADI CAHYONO

NIM : 5.22.03.05.0.003

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan, memberikan izin kepada Universitas Islam Majapahit untuk menyimpan, mengalih media/menformat, merawat, mempublikasikan karya ilmiah yang saya susun berupa skripsi, tugas akhir, baik berupa cetak maupun digital untuk kepentingan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat.

Demikian pernyataan ini dibuat sesungguhnya dan tanpa ada paksaan.

Mojokerto, 22 Juli 2026

Yang Menerangkan,



Mohamad Adi Cahyono

KETERANGAN PERTANGGUNGJAWABAN KEASLIAN PENULISAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : MOHAMAD ADI CAHYONO
2. N.I.M : 5.22.03.05.0.003
3. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang segera diujikan adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan duplikat atau barang jiplakan.
2. Apabila dikemudian hari terbukti / dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya akan bersedia diberi sanksi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Majapahit Mojokerto.

Mojokerto, 22 Juli 2026

Yang Menerangkan,



Mohamad Adi Cahyono

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @mojokertojalanjalan SEBAGAI REFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH *COFFEE SHOP* DI MOJOKERTO”

Oleh :

Nama : MOHAMAD ADI CAHYONO
NIM : 5.22.03.05.0.003
FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

Telah disetujui dan di sahkan oleh pembimbing

Mojokerto 22 Juli 2026

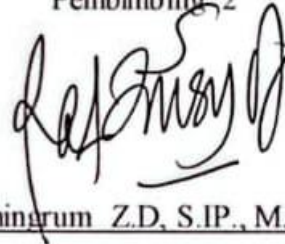
Pembimbing 1



Masnia Ningsih, S.IP., M.I.Kom

NIDN. 0723118108

Pembimbing 2



Ratnaningrum Z.D, S.IP., M.I.Kom

NIDN. 0726116802

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Moch. Ichdah A.H. Lailin, S.sos., M.I.Kom

NIDN. 0708087102

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

DIPERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI GUNA MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT

HARI : RABU
TANGGAL : 22 JULI 2026
PUKUL : 09.00 – SELESAI

JUDUL:

**“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @mojokertojalanjalan
SEBAGAI REFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH COFFEE SHOP
DI MOJOKERTO”**

MOHAMAD ADI CAHYONO

NIM: 5.22.03.05.0.003

PANITIA PENGUJI

1. Masnia Ningsih, S.IP.,M.I.Kom (Ketua Penguji)
NIDN : 0723118108
2. Moch. Ichdah A.H. Lailin, S.sos.,M.I.Kom (Penguji Utama)
NIDN : 0708087102
3. Ratnaningrum Z.D. S.IP.,M.I.Kom (Anggota Penguji)
NIDN : 0726116802

.....
.....
.....

Mengetahui

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT

DEKAN

Ratnaningrum Z.D. S.IP.,M.I.Kom
NIDN : 0726116802

MOTTO

"Semua orang memiliki masanya masing-masing. Tak perlu terburu-buru, tungguhlah. Kesempatan itu akan datang dengan sendirinya"

Gol D Roger

“Semua jatuh bangun mu hal yang biasa angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya berikan tenggat waktu bersedihlan secukupnya rayakan perasaan mu sebagai manusia”

Baskara Putra

BERITA ACARA UJIAN

Sebagai persyaratan memperoleh gelar kesarjanaan (Sarjana Strata 1) di Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Majapahit Mojokerto, pada hari ini **Rabu, 21 Juli 2026** telah dilaksanakan ujian skripsi:

Nama : MOHAMAD ADI CAHYONO
N.I.M : 5.22.03.05.0.003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Mojokertojalanan Sebagai Referensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Mojokerto”**

Dengan Hasil : Lulus / Tidak

Lulus Catatan :Revisi / Tidak

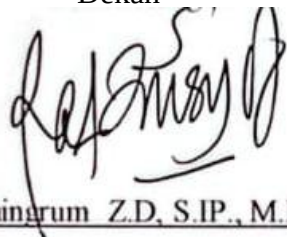
Jika Revisi :

1. Pedoman revisi harap melihat catatan panduan revisi yang diberikan tim penguji saat ujian
2. Skripsi yang direvisi dan telah ditanda tangani oleh dosen pembimbing dikumpulkan kepada Ketua Jurusan (rangkap 3)

Mojokerto, Rabu 22 Juli 2026

Mengetahui,

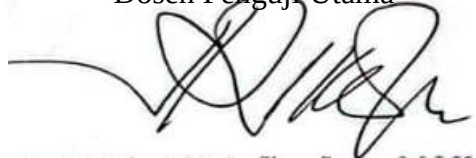
Dekan



Ratnaningrum Z.D, S.IP., M.I.Kom

NIDN. 0726116802

Dosen Penguji Utama



Moch Ichdah A.H. Lailin,S.sos.,M.I.Kom

NIDN. 0708087102

ABSTRAK

Instagram telah menjadi platform visual paling dominan di Indonesia dan berkembang menjadi salah satu sumber referensi utama masyarakat sebelum memutuskan mengunjungi tempat kuliner, termasuk coffee shop. Fenomena ini turut mendorong kemunculan akun-akun rekomendasi kuliner lokal, salah satunya akun Instagram @mojokertojalanjalan yang aktif menyajikan informasi coffee shop di Kota dan Kabupaten Mojokerto melalui foto, video, reels, caption, serta interaksi pada kolom komentar. Penelitian ini bertujuan menjawab rumusan masalah "Bagaimana konsumen memanfaatkan media sosial Instagram akun @mojokertojalanjalan sebagai referensi dalam memilih coffee shop di Mojokerto?" Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka *Uses and Gratifications Theory* (UGT) dan *Electronic Word of Mouth* (eWOM). Peneliti berperan sebagai pengamat nonpartisipan melalui observasi digital, dokumentasi, dan studi pustaka. Dari 12 konten yang dikumpulkan selama Juli 2025–April 2026, dipilih 6 postingan dengan engagement tertinggi untuk dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman (pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Hasil analisis terhadap 454 komentar audiens menghasilkan 567 penandaan motif, dengan motif hiburan sebagai motif paling dominan, disusul motif integrasi dan interaksi sosial, motif informasi, dan motif identitas pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen di Mojokerto merupakan khalayak aktif yang memanfaatkan kolom komentar bukan terutama untuk mencari informasi praktis, melainkan untuk memperoleh hiburan dan menjalin interaksi sosial, yang secara tidak langsung membentuk komunikasi eWOM dan memperluas penyebaran reputasi *coffee shop* antarjaringan pertemanan.

Kata kunci: Instagram, Uses and Gratifications Theory, electronic word of mouth, coffee shop, perilaku konsumen

ABSTRACT

Instagram has become the most dominant visual platform in Indonesia and has developed into one of the main sources of reference for people before deciding to visit culinary destinations, including coffee shops. This phenomenon has contributed to the emergence of local culinary recommendation accounts, one of which is the Instagram account @mojokertojalanjalan, which actively provides information about coffee shops in Mojokerto City and Regency through photos, videos, reels, captions, and interactions in the comment section. This study aims to answer the research question: “How do consumers utilize the Instagram social media account @mojokertojalanjalan as a reference in choosing coffee shops in Mojokerto?” The study employed a descriptive qualitative approach using the Uses and Gratifications Theory (UGT) and Electronic Word of Mouth (eWOM) as analytical frameworks. The researcher acted as a non-participant observer through digital observation, documentation, and literature review. From 12 pieces of content collected between July 2025 and April 2026, six posts with the highest engagement were selected for analysis using the interactive model of Miles and Huberman, consisting of data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing. The analysis of 454 audience comments resulted in 567 motif identifications, with the entertainment motive being the most dominant, followed by the integration and social interaction motive, information motive, and personal identity motive. These findings indicate that consumers in Mojokerto are active audiences who utilize the comment section not primarily to seek practical information, but rather to obtain entertainment and engage in social interaction. This interaction indirectly contributes to the formation of electronic Word of Mouth (eWOM) communication and expands the dissemination of coffee shop reputations across social networks and friendship circles.

Keywords: *Instagram, Uses and Gratifications Theory, Electronic Word of Mouth, coffee shop, consumer behavior*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karuni-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Mojokertojalanjalan Sebagai Referensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Mojokerto” dengan baik dan sangat lancar sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh sebuah gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit.

Penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Muhammad Nur, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Majapahit Mojokerto, atas izin dan kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk menempuh pendidikan tinggi dan melaksanakan penelitian ini.
2. Ratnaningrum Z.D. S.IP.,M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit Mojokerto, atas dukungan institusional yang diberikan selama proses penyelesaian tesis ini.
3. Moch. Ichdah A.H. Lailin, S.sos.,M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto, atas izin pelaksanaan tesis ini serta dukungan akademik yang berkelanjutan bagi peneliti.
4. Masnia Ningsih, S.IP.,M.I.Kom., selaku Pembimbing I, atas kesabaran, dedikasi, bimbingan yang membangun, masukan kritis, dan saran-saran berharga yang telah berkontribusi secara signifikan terhadap perbaikan dan penyelesaian tesis ini.
5. Ratnaningrum Z.D. S.IP.,M.I.Kom., selaku Pembimbing II, atas kesabaran, arahan, penjelasan yang penuh wawasan, dan dukungan yang memotivasi selama seluruh proses penulisan dan penyempurnaan tesis ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto, atas ilmu, wawasan akademik, dan pengalaman profesional yang dibagikan selama masa studi peneliti.
7. Keluarga tercinta peneliti, yang doa tulus, dukungan moral, dan semangat yang tak pernah putus telah menjadi sumber kekuatan terbesar sepanjang perjalanan akademik ini.
8. Sahabat-sahabat peneliti, khususnya Muhammad Iqbal Firmansyah, Umar Muchtar Khaidzar atas dukungan emosional yang tak tergoyahkan yang sangat berarti selama penyelesaian penelitian ini.
9. Kelas Ilmu Komunikasi Angkatan 2022, Universitas Islam Majapahit Mojokerto, atas kebersamaan, dukungan satu sama lain, dan pengalaman bersama yang telah memperkaya perjalanan ini. Kalian semua adalah sahabat luar biasa yang pernah saya temui dalam hidup saya. Terima kasih banyak atas segala dukungannya.
10. *To HER. Who I met during my college years, your name may never be written on these pages, but your place in this journey will always remain. You came into my life when I was still learning how to grow, to heal, and to become the person I am today. Thank you for walking beside me through moments of uncertainty, celebrating my victories, and reminding me to keep believing in myself when I almost could not. You have witnessed both my strongest and my weakest versions, the laughter, the tears, the exhaustion, and the dreams that sometimes felt impossible to reach. Your patience, understanding, and quiet presence have become a source of comfort that words can hardly describe. May life always be kind to us, may our dreams continue to grow together, and may every step we take be accompanied by happiness, peace, and Allah's endless blessings.*
11. Untuk diri saya, Mohamad Adi Cahyono. Terima kasih telah bertahan. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah menyelesaikan pendidikan ini, meski harus berbagi waktu, tenaga, dan pikiran dengan berbagai tanggung jawab lain yang tak kalah berat. Terima kasih telah bertahan di hari-hari ketika tubuh lelah namun langkah tetap harus

dilanjutkan, ketika air mata menjadi teman setia di keheningan malam, dan ketika keraguan datang menghampiri namun tetap dilawan dengan keyakinan yang tersisa. Terima kasih telah bertahan menghadapi ekspektasi yang tak selalu bisa dipenuhi, kekecewaan yang datang silih berganti, rasa sepi yang tak selalu bisa diceritakan, dan pertarungan diam-diam yang tak pernah diketahui siapa pun.

Semoga perhatian dan dukungan dari semua pihak mendapatkan balasan serta limpahan berkah dari Allah SWT, Sang Pemberi Karunia Yang Maha Pengasih. Peneliti berharap karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi bermakna bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Pendidikan Bahasa Inggris, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi peneliti di masa mendatang.

DAFTAR ISI

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @mojokertojalanjalan SEBAGAI REFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH COFFEE SHOP DI MOJOKERTO.....	i
PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	ii
KETERANGAN PERTANGGUNGJAWABAN KEASLIAN PENULISAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	v
MOTTO.....	vi
BERITA ACARA UJIAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Teori Uses and Gratifications	10
2.2.2 Asumsi Dasar Uses and Gratifications Theory.....	12
2.2.3 Kebutuhan dan motif penggunaan media.....	13
2.2.4 Motif dan Gratifications Konsumen Menurut McQuail.....	14
2.2.5 Electronic Word of Mouth (eWOM)	15
2.3 Definisi Konsep.....	15
2.3.1 Media Sosial	15
2.3.2 Instagram	16

2.3.3	Akun @mojokertojalanjalan	16
2.3.4	Referensi Konsumen	17
2.3.5	Coffee shop	17
2.4	Kerangka Berfikir	18
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	20
3.2	Kehadiran Penelitian	21
3.3	Objek Penelitian	22
3.4	Data dan Sumber Data	22
3.4.1	Data Primer	23
3.4.2	Data Sekunder	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1.	Observasi Digital	24
3.5.2.	Dokumentasi	25
3.5.3.	Studi pustaka	25
3.6	Teknik Analisis Data	25
3.6.1	Pengumpulan data (<i>Data Collection</i>)	26
3.6.2	Kondensasi Data (<i>Data Condensation</i>)	26
3.6.3	Penyajian data (<i>Data Display</i>)	26
3.6.4	Penarikan kesimpulan (<i>Conlusion Drawing and Verification</i>)	26
3.7	Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran umum penelitian	28
4.2	Pembahasan	29
4.2.1	Penyajian data	29
4.2.2	Analisis data	30
4.2.3	Hasil analisis	112
BAB V PENUTUP		118
	Kesimpulan	118
	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @mojokertojalanjalan.....	28
---	----