**ABSTRAK**

**Alexander Wijaya/ 61150311/ 2019/ Pengaruh Motif Penggunaan Media terhadap Kepuasan Anggota Grup *Facebook* Komunitas Ojek *Online* Jakarta Raya/ Dosen Pembimbing : Rizal Yusacc, S.Sos., M.Si**

Penelitian ini sendiri memiliki beberapa tujuan untuk menjelaskan pengaruh berbagai motif penggunaan media terhadap kepuasan anggota suatu komunitas yang diteliti dalam penelitian ini yaitu anggota grup *facebook* komunitas ojek *online* Jakarta raya. Penelitian ini meneliti 4 motif yaitu motif pengawasan, motif identitas personal, motif hubungan personal, dan motif pengalihan

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification* yang menganggap bahwa media memenuhi kebutuhan dari khalayak dalam menggunakannya dan juga tujuan dari khalayak menggunakan suatu media. Menurut Mcquail terdapat motif pengawasan (*Surveillance*), motif identitas personal (*personal identity)*, motif hubungan personal (*personal relationship*), dan motif pengalihan (*diversion*). Berbagai motif tersebut jika terpenuhi dapat menimbulkan kepuasan dari penggunanya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Peneliti memperoleh data dengan menggunakan teknik *sampling purposive* dengan menyebarkan kuisioner kepada 98 anggota grup *facebook* komunitas ojek *online* Jakarta raya. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, dan uji t.

Hasil penelitian berdasarkan rata-rata skor menunjukkan motif pengawasan memiliki pengaruh yang cukup terhadap kepuasan sebesar 16.5%, motif identitas personal memiliki pengaruh yang cukup terhadap kepuasan sebesar 49.1%, motif hubungan personal memiliki pengaruh yang cukup terhadap kepuasan sebesar 72.1%, motif pengalihan memiliki pengaruh yang cukup terhadap kepuasan sebesar 27.6%.

Penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa motif hubungan personal memiliki pengaruh yang kuat signifikan terhadap kepuasan anggota grup *facebook* komunitas ojek *online* Jakarta raya. Sedangkan 3 motif yang lain memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan anggota grup *facebook* komunitas ojek *online* Jakarta raya. Dari keempat dimensi tersebut memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan anggota grup *facebook* komunitas ojek *online* Jakarta raya.

**Kata Kunci: Motif, Kepuasan, Grup *Facebook***