

ABSTRAK

Dewasa ini, khalayak menjadikan fitur Instastory sebagai media untuk mendapatkan informasi, pengungkapan diri, mencari hiburan bahkan melakukan interaksi sosial melalui menu-menu yang tersedia pada fitur tersebut. Hal ini membuat adanya perubahan perilaku komunikasi pada pengguna Instastory khususnya para remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh motif dan penggunaan Instastory terhadap perilaku komunikasi remaja kota Jakarta. Teori yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification* dengan menggunakan model motif (McQuail), penggunaan Media (Rosengren, 1974) dan efeknya. Penelitian ini memiliki dua variabel independen, yaitu motif dan penggunaan Instastory, dan sebuah variabel dependen yaitu perilaku komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan remaja kota Jakarta aktif menggunakan Instastory dan dipilih melalui teknik *purposive* dan *non probability sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, *Method of Successive Interval*, analisis korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara motif terhadap perilaku komunikasi sebesar 60,68%, pengaruh penggunaan Instastory terhadap perilaku komunikasi sebesar 41,47% dan pengaruh secara simultan antara motif dan penggunaan Instastory terhadap perilaku komunikasi remaja kota Jakarta sebesar 66,91%.

Kata kunci: Motif, Penggunaan Media, Perilaku Komunikasi, *Uses and Gratification*, Instastory