

MOTIF, POLA PENGGUNAAN MEDIA DAN KEPUASAN PENGGUNA YOUTUBE

(Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan Media YouTube, dan Kepuasan dalam
Menonton *Food* Video Blog Ria Sukma Wijaya di Kalangan *Subscribers* Akun YouTube

Ria Sukma Wijaya Periode 8 Juni 2018)



Oleh :

Hana Kharismawati

D0214045

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2019

MOTIF, POLA PENGGUNAAN MEDIA DAN KEPUASAN PENGGUNA
YOUTUBE

(Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan Media YouTube, dan Kepuasan dalam
Menonton *Food* Video Blog Ria Sukma Wijaya di kalangan *Subscribers* Akun YouTube
Ria Sukma Wijaya Periode 8 Juni 2018)

Oleh:

Hana Kharismawati

NIM D0214045

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Surakarta, 7 Januari 2019

Pembimbing,



Drs. Dwi Tiyanto, S.U.

NIP 195404141980031007

HALAMAN PENGESAHAN**MOTIF, POLA PENGGUNAAN MEDIA DAN KEPUASAN PENGGUNA
YOUTUBE**

(Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan Media YouTube, dan Kepuasan dalam Menonton *Food* Video Blog Ria Sukma Wijaya di kalangan *Subscribers* Akun YouTube Ria Sukma Wijaya Periode 8 Juni 2018)

Oleh: Hana Kharismawati (NIM D0214045)

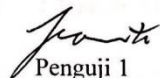
Penulisan Skripsi ini telah diterima dan disahkan
Oleh Dosen Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Januari 2019

DOSEN PENGUJI

1. Prof. Drs. Pawito, Ph.D.
NIP. 195408051985031002

()
Penguji 1

2. Sri Herwindya Baskara.W, S.Sos., M.Si.
NIP. 198203022009121005

()
Penguji 2

3. Drs. Dwi Tiyanto, S.U.
NIP. 195404141980031007

()
Penguji 3

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si
NIP. 196108251986012001

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI**MOTIF, POLA PENGGUNAAN MEDIA, DAN KEPUASAN PENGGUNA
YOUTUBE (Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan Media YouTube,
dan Kepuasan dalam Menonton *Food Video Blog* Ria Sukma Wijaya di
Kalangan *Subscribers* Akun YouTube Ria Sukma Wijaya)**

Merupakan karya asli saya yang dibuat dengan sebenar-benarnya, bukan hasil dari plagiat baik sebagian maupun keseluruhan serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lainnya. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka sesuai regulasi yang berlaku.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, 11 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



Hana Kharismawati

NIM D0214045

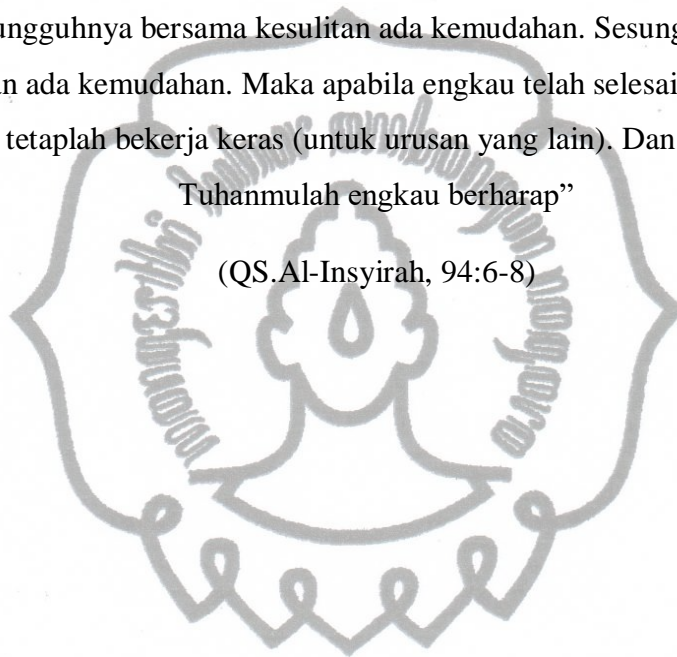
MOTTO

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”

(Nelson Mandela)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS.Al-Insyirah, 94:6-8)



PERSEMBAHAN



Teruntuk mama, papa, adik-adik, dan keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk orang terkasih dan sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat dan mengatakan bahwa saya bisa dan saya mampu.

Untuk dosen pembimbing yang telah senantiasa mendukung, memberi arahan, masukan, dan nasihat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul MOTIF, POLA PENGGUNAAN MEDIA DAN KEPUASAN PENGGUNA YOUTUBE (Studi Korelasi Antara Motif, Pola Penggunaan Media YouTube, dan Kepuasan dalam Menonton *Food* Video Blog Ria Sukma Wijaya di Kalangan *Subscribers* Akun YouTube Ria Sukma Wijaya Periode 8 Juni 2018) sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M. Si selaku dekan FISIP UNS yang telah membantu perihal administratif selama melakukan penelitian ini.
2. Sri Hastjarjo, S. Sos., Ph. D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS sekaligus Pembimbing Akademik pengganti bagi penulis.
3. Drs. Dwi Tiyanto, S.U. selaku pembimbing skripsi penulis yang senantiasa telah memberi arahan, masukan, dan nasihat kepada penulis hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Prof. Drs. Pawito, Ph.D dan Sri Herwindya Baskara W, S.Sos., M. Si, selaku tim penguji skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk

memberi arahan serta masukan kepada penulis untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini.

5. Papa Suyono, Mama Ely Qomariah, M. Hanif Sabdatama, dan M. Hashif Dhiaurrahman, serta segenap keluarga yang telah mendukung baik materil maupun moril.
6. Al Fadzi Pradana, *partner* yang selalu menemani, dan selalu mengingatkan jika penulis lengah, terimakasih.
7. Sahabat-sahabatku Dinda, Susana, Rizal, Chadijah, Wida, Bhima, Arga, Radinda, Icha, dan Rima, terimakasih karena selalu ada.
8. Eko, Dio, Novi, Wanda, Maya, Marcha, Mada, Iky, IP Cumlaude, KKN Nusa Penida, Kleng Family, dan Ilmu Komunikasi 2014 terimakasih kalian tak akan terlupakan.
9. Para responden dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf apabila terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surakarta, 31 Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah	14
C.Tujuan Penelitian	15
D.Manfaat Penelitian	16
E.Kerangka Teori	17
1.Komunikasi.....	17
2.Komunikasi Massa	19
3. <i>New Media</i>	27
4. <i>Uses and Gratifications</i>	28
5. Motif Penggunaan Media	32
6. Kepuasan Penggunaan Media	33
7. Video Blog.....	33
8. YouTube	34
F. Penelitian Terdahulu.....	36
G. Kerangka Berfikir	48

H. Hipotesis.....	49
I. Definisi Operasional dan Konsepsional	50
1. Definisi Konsepsional.....	50
2. Definisi Operasional	52
J. Metodologi Penelitian	61
1. Tipe Penelitian	62
2. Pendekatan Penelitian.....	62
3. Subyek Penelitian.....	62
4. Objek Penelitian	63
5. Lokasi dan Waktu Penelitian	63
6. Populasi dan Sampel Penelitian	63
a. Populasi.....	63
b. Sampel	63
7. Teknik Sampling	65
8. Jenis Data	66
9. Teknik Pengumpulan Data.....	67
10. Teknik Validitas Data dan Realibilitas Data	68
a. Uji Validitas	68
b. Uji Realibilitas	69
11. Teknik Pengolahan Data.....	69
12. Analisis Data.....	70
BAB II DESKRIPSI LOKASI.....	73
A. Gambaran Umum YouTube	73
B. <i>Channel</i> Ria Sukma Wijaya	77
C. <i>Content Creator</i> Ria Sukma Wijaya	81
BAB III SAJIAN DATA	84
A. Identitas Responden	85
B. Deskripsi Variabel	89
1. Variabel Independen (X) Motif Menonton <i>Food Vlog</i>	90
2. Variabel Antara (Z) Pola Penggunaan Media YouTube	107
3. Variabel Dependen (Y) Kepuasan Menonton <i>Food Vlog</i>	111

BAB IV ANALISIS DATA	129
A. Uji Instrumen Pernyataan Kuesioner melalui Pre-Survey	130
1. Uji Validitas	131
a. Uji Validitas Indikator Motif	131
b. Uji Validitas Indikator Pola Penggunaan Media	135
c. Uji Validitas Indikator Kepuasan	136
2. Uji Realibilitas	140
B. Analisis Data	141
1. Uji Korelasi Motif dengan Pola Penggunaan Media	143
a. Uji Signifikansi Motif dengan Pola Penggunaan Media	144
2. Uji Korelasi Pola Penggunaan Media dengan Kepuasan	145
a. Uji Signifikansi Pola Penggunaan Media dengan Kepuasan	146
3. Uji Korelasi Antara Motif dengan Kepuasan	147
a. Uji Signifikansi Motif dengan Kepuasan	148
4. Uji Korelasi Secara Bersama-sama	149
a. Uji Signifikansi secara bersama-sama	150
BAB V KESIMPULAN & SARAN	153
A. Kesimpulan	153
B. Saran	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1.2	Kerangka Berfikir	48
Tabel 1.3	Definisi Operasional Motif.....	54
Tabel 1.4	Definisi Operasional Pola Penggunaan Media	57
Tabel 1.5	Definisi Operasional Kepuasan	59
Tabel 3.1	Jenis Kelamin Responden	85
Tabel 3.2	Usia Responden	86
Tabel 3.3	Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	87
Tabel 3.4	Frekuensi Aktivitas Seringnya Meninggalkan Komentar	89
Tabel 3.5	Kategori Pembagian Skor Hasil Kuesioner.....	90
Tabel 3.6	Indikator Variabel Motif Pengawasan	91
Tabel 3.7	Indikator Variabel Motif Pengawasan	92
Tabel 3.8	Indikator Variabel Motif Pengawasan	93
Tabel 3.9	Indikator Variabel Motif Pengawasan	94
Tabel 3.10	Indikator Variabel Motif Identitas Personal.....	95
Tabel 3.11	Indikator Variabel Motif Identitas Personal.....	96
Tabel 3.12	Indikator Variabel Motif Hubungan Personal	97
Tabel 3.13	Indikator Variabel Motif Hubungan Personal	98
Tabel 3.14	Indikator Variabel Motif Hubungan Personal	99
Tabel 3.15	Indikator Variabel Motif Hubungan Personal	100
Tabel 3.16	Indikator Variabel Motif Hubungan Personal	101

Tabel 3.17 Indikator Variabel Motif Hiburan.....	102
Tabel 3.18 Indikator Variabel Motif Hiburan.....	103
Tabel 3.19 Indikator Variabel Motif Hiburan.....	104
Tabel 3.20 Indikator Variabel Motif Hiburan.....	105
Tabel 3.21 Total Nilai Variabel Motif	106
Tabel 3.22 Indikator Frekuensi.....	108
Tabel 3.23 Indikator Durasi.....	109
Tabel 3.24 Total Nilai Variabel Pola Penggunaan Media.....	110
Tabel 3.25 Indikator Variabel Kepuasan Motif Pengawasan	111
Tabel 3.26 Indikator Variabel Kepuasan Motif Pengawasan	112
Tabel 3.27 Indikator Variabel Kepuasan Motif Pengawasan	113
Tabel 3.28 Indikator Variabel Kepuasan Motif Pengawasan	115
Tabel 3.29 Indikator Variabel Kepuasan Motif Identitas Personal.....	116
Tabel 3.30 Indikator Variabel Kepuasan Motif Identitas Personal.....	117
Tabel 3.31 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hubungan Personal	118
Tabel 3.32 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hubungan Personal	119
Tabel 3.33 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hubungan Personal	120
Tabel 3.34 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hubungan Personal	121
Tabel 3.35 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hubungan Personal	122
Tabel 3.36 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hiburan	123
Tabel 3.37 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hiburan	124
Tabel 3.38 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hiburan	125

Tabel 3.39 Indikator Variabel Kepuasan Motif Hiburan	126
Tabel 3.40 Total Nilai Variabel Kepuasan	127
Tabel 4.1 Uji Validitas Motif.....	131
Tabel 4.2 Uji Validitas Pola Penggunaan Media	135
Tabel 4.3 Uji Validitas Kepuasan	136
Tabel 4.4 Uji Realibilitas	141
Tabel 4.5 Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Tingkat Hubungan	142
Tabel 4.6 Uji Korelasi Antara Motif dengan Pola Penggunaan Media.....	143
Tabel 4.7 Uji Korelasi Pola Penggunaan Media dengan Kepuasan.....	145
Tabel 4.8 Uji Korelasi Antara Motif dengan Kepuasan.....	147
Tabel 4.9 Uji Korelasi Secara Bersama-Sama.....	149

DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

Bagan 1.1 Model <i>Uses and Gratification</i>	31
Gambar 1.1 Frekuensi Penduduk Indonesia	7
Gambar 1.2 Video Vlog yang Paling diminati di YouTube	9
Gambar 1.3 Peringkat Akun YouTube Ria SW	10
Gambar 1.4 <i>Top 5 Food YouTube Vlogger</i> Indonesia.....	11
Gambar 2.1 Logo YouTube	74
Gambar 2.2 <i>Channel</i> YouTube Ria SW	78
Gambar 2.3 Kategori Video Kuliner Ria SW	80
Gambar 2.4 Komentar <i>Subscribers</i> Ria SW	83

ABSTRAK

HANA KHARISMAWATI, D0214045. STUDI KORELASI ANTARA MOTIF DAN POLA PENGGUNAAN MEDIA YOUTUBE DENGAN KEPUASAN MENONTON *FOOD* VIDEO BLOG RIA SUKMA WIJAYA DI KALANGAN *SUBSCRIBERS* AKUN YOUTUBE RIA SUKMA WIJAYA PERIODE 8 JUNI 2018. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret, 2019.

New Media atau media baru di era globalisasi ini semakin berkembang. Semakin berkembangnya teknologi maka semakin mudah masyarakat untuk mengakses sebuah informasi yang dibutuhkan. Motif atau dorongan-dorongan inilah yang mampu memacu masyarakat untuk menggunakan media untuk mencapai kepuasan yang diinginkan. YouTube menjadi salah satu *platform* yang marak digunakan sebagai media pencarian mulai dari informasi hingga hiburan, karena YouTube memiliki sifat memberikan sajian informasi secara audio, teks, dan juga visual. Video blog atau vlog menjadi salah satu kategori video yang paling banyak dicari di YouTube, termasuk *food* video blog. *Food* vlogger yang paling terkenal di Indonesia ini adalah Ria Sukma Wijaya terbukti memiliki *subscribers* sebanyak 1.302.131 per 8 Juni 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan yang signifikan antara motif, pola penggunaan media YouTube, dan kepuasan dalam menonton *food* video blog Ria Sukma Wijaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan teori *uses and gratification* serta menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, kuesioner yang dibagikan adalah melalui aplikasi Google Form. Responden dalam penelitian ini adalah *subscribers* dari akun YouTube Ria Sukma Wijaya, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, responden dalam penelitian ini memiliki kriteria-kriteria seperti: (1) minimal berusia 16 tahun; (2) mengetahui dan *mensubscribe* akun Ria Sukma Wijaya; (3) pernah menonton *food* vlog Ria SW; (4) melakukan aktivitas meninggalkan komentar pada akun YouTube Ria SW minimal 3 kali dalam kurun waktu satu bulan.

Hasil uji signifikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima, yaitu memiliki hubungan yang signifikan. Nilai uji signifikan untuk hubungan variabel motif dengan pola penggunaan media adalah t_{hitung} : 7,937. Lalu, hubungan variabel pola penggunaan dengan kepuasan adalah t_{hitung} : 7,709. Hubungan variabel motif dengan kepuasan adalah t_{hitung} : 18,554. Dan, hubungan secara bersama-sama antara motif dan pola penggunaan dengan kepuasan adalah t_{hitung} : 24,664. Maka didapatkan nilai uji signifikan paling besar adalah hubungan secara bersama-sama antara motif dan pola penggunaan dengan kepuasan.

Kata Kunci : *Uses and gratification*, motif, kepuasan, pola penggunaan media, *food* vlog, YouTube.

ABSTRACT

HANA KHARISMAWATI, D0214045. STUDY OF CORRELATION BETWEEN MOTIVES AND MEDIA USE OF YOUTUBE WITH SATISFACTION OF WATCH FOOD VIDEO BLOG RIA SUKMA WIJAYA IN SUBSCRIBERS OF YOUTUBE ACCOUNTS RIA SUKMA WIJAYA PERIOD OF JUNE 8th 2018.

New Media in this era of globalization is growing. The more technology develops, the easier it is for people to access the information needed. These motives or impulses are able to spur people to use the media to achieve the desired satisfaction. YouTube has become one of the platforms that is widely used as a search medium, from information to entertainment, because YouTube has the nature of providing information in audio, text, and visual. Blog videos or vlogs are one of the most searched video categories on YouTube, including food video blogs. The most famous food vlogger in Indonesia is that Ria Sukma Wijaya has proven subscribers of 1,302,131 as of June 8, 2018.

This study aims to determine the existence of a significant relationship between motives, patterns of use of YouTube media, and satisfaction in watching Ria Sukma Wijaya's food video blog. This study uses a quantitative approach, and using a questionnaire as a data collection tool, the questionnaire that is distributed is through the Google Form application. Respondents in this study were subscribers from Ria Sukma Wijaya's YouTube account, using purposive sampling technique, respondents in this study had criteria such as: (1) at least 16 years old; (2) knowing and subsidizing Ria Sukma Wijaya's account; (3) have watched food vlog Ria SW; (4) do activities to leave comments on the Ria SW YouTube account minimum 3 times within one month.

Significant test results in this study indicate that all hypotheses are accepted, which has a significant relationship. The significant test value for the relationship of the motive variable with the pattern of media use is t_{count} : 7.937. Then, the relationship between the pattern of usage variables and satisfaction is t_{count} : 7,709. The relationship between the motive variable and satisfaction is t_{count} : 18,554. And, the joint relationship between motives and patterns of use with satisfaction is t_{count} : 24,664. Then obtained the most significant test value is a joint relationship between motives and patterns of use with satisfaction.

Keyword: : Uses and gratification, motive, satisfaction, media use, food vlog, YouTube.