

**MOTIVASI, POLA PENGGUNAAN, INTERAKTIVITAS, DAN
KEPUASAN MENGGUNAKAN SHOPEE LIVE**

**(Studi Korelasi Antara Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas dengan
Kepuasan Menggunakan Shopee Live sebagai Media Belanja *Online* pada
Followers Akun Shopee Geulis Garage Sale)**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Tabita Carolina

D0217092

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2021

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
E. Kajian Teori.....	11
1. Komunikasi dan <i>New Media</i> (Media Baru)	11
2. Teori <i>Uses and Gratification</i>	15

3. Hubungan Motif Penggunaan Media dengan Tingkat Kepuasan Pengguna.....	21
4. Hubungan Pola Penggunaan Media dengan Tingkat Kepuasan Pengguna.....	23
5. Hubungan Interaktivitas dengan Tingkat Kepuasan Pengguna.....	24
6. Tingkat Kepuasan Pengguna.....	27
7. Shopee sebagai <i>E-commerce</i>	28
3.1 Pengertian <i>e-commerce</i>	28
3.2 Jenis-jenis <i>e-commerce</i>	29
3.3 Kelebihan <i>ecommerce</i>	29
3.4 Shopee.....	30
8. Shopee Live dan <i>Live-stream Shopping</i>	31
F. Penelitian Terdahulu.....	32
G. Kerangka Berpikir.....	38
H. Hipotesis Penelitian.....	38
I. Definisi Konsep.....	39
1. Variabel X ₁ : Motif Penggunaan Media.....	39
2. Variabel X ₂ : Pola Penggunaan Media.....	40
3. Variabel X ₃ : Interaktivitas.....	40
4. Variabel Y: Kepuasan Penggunaan.....	40
J. Definisi Operasional.....	40
1. Variabel X ₁ : Motif Penggunaan Shopee Live.....	41
2. Variabel X ₂ : Pola Penggunaan Shopee Live.....	42
3. Variabel X ₃ : Interaktivitas pada Shopee Live.....	42
4. Variabel Y: Kepuasan Setelah Menggunakan Shopee Live.....	43
K. Metodologi Penelitian.....	44
1. Jenis Penelitian.....	44
2. Metode Penelitian.....	45
3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
4. Populasi dan Sampel.....	45
5. Jenis dan Sumber Data.....	47

5.1 Data Primer.....	47
5.2 Data Sekunder.....	47
6. Teknik Pengumpulan Data.....	47
6.1 Kuesioner.....	47
6.2 Studi Dokumentasi atau Kepustakaan.....	47
7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
7.1 Uji Validitas.....	48
7.2 Uji Reliabilitas.....	48
8. Teknik Analisis Data.....	48
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	51
A. Sejarah Singkat Shopee.....	51
B. Produk, Layanan, dan Fitur-fitur Shopee.....	52
C. Shopee Live.....	56
D. Geulis Garage Sale (GGS)	60
BAB III PENYAJIAN DATA.....	64
A. Uji Validitas.....	64
B. Uji Reliabilitas.....	69
C. Identitas Responden.....	70
1. Usia Responden.....	70
2. Jenis Kelamin Responden.....	71
D. Variabel Motivasi Penggunaan Shopee Live.....	71
1. Motif Informasi dalam Menggunakan Shopee Live.....	72
2. Motif Identitas Pribadi dalam Menggunakan Shopee Live.....	74
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial dalam Menggunakan Shopee Live.....	75
4. Motif Hiburan dalam Menggunakan Shopee Live.....	76
E. Variabel Pola Penggunaan Shopee Live.....	78
1. Frekuensi dan Durasi Mengakses Shopee Live.....	78
F. Variabel Interaktivitas Shopee Live.....	80

1. Interaktivitas (<i>Active Control</i>) pada Shopee Live.....	80
2. Interaktivitas (<i>Two-way Communication</i>) pada Shopee Live.....	81
3. Interaktivitas (<i>Synchronicity</i>) pada Shopee Live.....	83
G. Variabel Kepuasan Penggunaan Shopee Live.....	84
1. Kepuasan Informasi dalam Menggunakan Shopee Live.....	84
2. Kepuasan Identitas Pribadi dalam Menggunakan Shopee Live.....	86
3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial dalam Menggunakan Shopee Live.....	87
4. Kepuasan Hiburan dalam Menggunakan Shopee Live.....	88
BAB IV ANALISIS DATA.....	90
A. Hubungan Antara Motivasi Penggunaan Shopee Live dengan Tingkat Kepuasan Penggunaan Shopee Live di Kalangan Pengikut Akun Shopee Geulis Garage Sale.....	92
B. Hubungan Antara Pola Penggunaan Shopee Live dengan Tingkat Kepuasan Penggunaan Shopee Live di Kalangan Pengikut Akun Shopee Geulis Garage Sale.....	94
C. Hubungan Antara Interaktivitas Shopee Live dengan Tingkat Kepuasan Penggunaan Shopee Live di Kalangan Pengikut Akun Shopee Geulis Garage Sale.....	96
D. Hubungan Secara Bersama-sama Antara Motivasi Penggunaan Shopee Live, Pola Penggunaan Shopee Live, dan Interaktivitas pada Shopee Live dengan Tingkat Kepuasan Penggunaan Shopee Live di Kalangan Pengikut Akun Shopee Geulis Garage Sale.....	98
E. Pembahasan.....	100
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113