

**Kepuasan Anggota @sbytubers dalam Menggunakan Media Sosial  
YouTube**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun oleh :

Elbert Christian

NRP : 1423014032

**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Elbert Christian

NRP : 1423014032

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**Kepuasan anggota @sbytubers dalam menggunakan media sosial  
YouTube**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar saya dicabut.

Surabaya, 7 Mei 2018

Penulis



Elbert Christian  
NRP. 1423014032

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Kepuasan Anggota @sbytubers dalam Menggunakan Media Sosial  
YouTube**

Oleh :

Elbert Christian

NRP : 1423014032

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo

NIK. 142.LB.0882



Surabaya, 7 Mei 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Senin, 23 April 2018

Mengesahkan,



Dewan Penguji:

Ketua : Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si

NIK.142.09.0647

Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo

NIK. 142.LB.0882

Anggota : Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 142.10.0651

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Elbert Christian

NRP : 1423014032

Menyetujui Skripsi saya

Judul : **Kepuasan Anggota @sbytubers dalam Menggunakan  
Media sosial YouTube**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital  
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas  
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat  
dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Mei 2018

Yang menyatakan,



Elbert Christian

## **KATA PERSEMBAHAN**

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan karena telah diberikan kelancaran sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan judul “Kepuasan Anggota @sbytubers dalam Menggunakan Media Sosial YouTube” dari awal hingga selesai. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang sudah memberikan dukungan selama penulis mengerjakan skripsi ini. Selanjutnya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang membimbing dan mengarahkan mulai dari awal hingga menjadi skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman penulis yang menemani dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat selesai.

## KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan karena diberikan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **KEPUASAN ANGGOTA @sbytubers DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE**. Penulisan skripsi ini sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian, di mana penelitian ini akan berguna untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis telah berusaha membuat skripsi ini dengan maksimal dan sebagai referensi pembaca terkait kepuasan dalam menggunakan media sosial. Tak hanya itu, skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai kepuasan dalam menggunakan media sosial YouTube khususnya Vlog.

Selain itu, penulis ingin berterima kasih kepada beberapa pihak yang membantu dan berpartisipasi dalam proses kerja praktek serta pembuatanskripsi dari awal hingga terselesaikan:

1. Kepada orang tua penulis, Eddy Sutanto dan Natalia Johanna serta saudara yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis selama mengerjakan skripsi dari awal hingga berakhir.
2. Kepada dosen pembimbing dari penulis Dr. Judy Djoko Wahjono Tjajo dan Ibu Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M. A yang sudah sabar dan selalu memberikan saran sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen & staff Fakultas Ilmu Komunikasi yang bersedia untuk membantu hal-hal administrasi terkait kebutuhan pengerjaan skripsi.

4. Kepada teman-teman penulis yaitu Oblias, Alfred, Erlang, Patricia, Garnis, Aldi, Eman yang selalu mendengarkan dan memberikan saran kepada penulis.
5. Untuk Thalia Novalyn Wijaya sebagai partner yang selalu setia membantu, memberikan semangat dan juga berbagai saran kepada penulis.

Dan masih banyak pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi ini supaya menjadi lebih baik dan berguna. Terima kasih.



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB. I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	13
I.3. Tujuan Penelitian.....	13
I.4. Batasan Masalah.....	14

I.5. Manfaat Penelitian .....	14
I.5.A. Manfaat Praktis .....	14
I.5.B. Manfaat Akademis .....	14
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
II.1. Uses and Gratification .....	15
II.1.1. Gratification Sought dan Gratification Obtained .....	16
II.1.2. Motif Menggunakan Media Sosial .....	18
II.2. YouTube .....	22
II.3. Komunitas .....	26
II.4. Nisbah Antar Konsep .....	28
II.5. Bagan Kerangka Konseptual .....	30
II.6. Hipotesis .....	31
<b>BAB III. METODE PENULISAN .....</b>	<b>32</b>
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	32
III.2. Metode Penelitian .....	33
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian .....	33
III.4. Definisi Konseptual .....	33
III.5. Definisi Operasional .....	35
III.6. Populasi dan Sampel .....	39
III.7. Teknik Penarikan Sampel .....	40
III.8. Teknik Pengumpulan Data .....	41
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	42
III.10. Teknik Analisis Data .....	44

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	47
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
IV.2.1. Uji Validitas <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification Obtained</i> .....	50
IV.2.2. Uji Reliabilitas <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification Obtained</i> .....	52
IV.3. Hasil Penelitian.....	53
IV.3.1. Temuan Data .....	53
IV.3.1.1. Deskripsi Identitas Responden .....	53
IV.3.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
IV.3.1.3. Analisis Kesenjangan Kepuasan <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification Obtained</i> .....	92
IV.3.1.4. Uji Korelasi.....	97
IV.3.1.5. Uji T.....	99
IV.3.1.6 Analisis Tabulasi Silang.....	100
BAB V. Kesimpulan.....	107
V.1. Kesimpulan .....	107
V.2. Saran .....	108
V.2.1. Saran Akademis.....	108
V.2.2. Saran Praktis.....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Media Sosial yang paling sering digunakan.....	4
Gambar 1.2. Halaman depan YouTube.....	6
Gambar 1.3. Instagram dari @sbytubers yang memperlihatkan mereka ikut ambil bagian dari YouTube FanFest.....	9
Gambar 4.1. Instagram dari @sbytubers yang memperlihatkan mereka ikut ambil bagian dari YouTube FanFest.....	48
Gambar 4.2. Instagram dari @sbytubers yang memperlihatkan mereka sebelum memulai acara YouTube FanFest .....	49
Gambar 4.3. Instagram dari @sbytubers yang memperlihatkan pengisi acara di YouTube FanFest .....	49

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Model <i>Expetancy Values</i> .....	17
Bagan 2.5. Bagan Kerangka Konseptual .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Validitas Variabel GS dan GO.....	51
Tabel 4.2. Reliabilitas Variabel <i>Gratification Sought</i> .....	52
Tabel 4.3. Reliabilitas Variabel <i>Gratification Obtained</i> .....	52
Tabel 4.4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	53
Tabel 4.5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan ...	56
Tabel 4.7. Persentase Pengguna Internet Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	57
Tabel 4.8. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran ..	58
Tabel 4.9. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunggah .....	59
Tabel 4.10. Deskripsi Indikator <i>Social Interactions</i> .....	62
Tabel 4.11. Deskripsi Indikator <i>Information Seeking</i> .....	65
Tabel 4.12. Deskripsi Indikator <i>Pass Time</i> .....	69
Tabel 4.13. Deskripsi Indikator <i>Entertainment</i> .....	72
Tabel 4.14. Deskripsi Indikator <i>Relaxation</i> .....	76
Tabel 4.15. Deskripsi Indikator <i>Expression Of Opinions</i> .....	80
Tabel 4.16. Deskripsi Indikator <i>Communicatory Utility</i> .....	82
Tabel 4.17. Deskripsi Indikator <i>Convenience Utility</i> .....	85
Tabel 4.18. Deskripsi Indikator <i>Information Sharing</i> .....	88
Tabel 4.19. Deskripsi Indikator <i>Knowledge About Other</i> .....	90
Tabel 4.20. Deskripsi Perbandingan <i>Mean</i> GS dan GO.....	93
Tabel 4.21. Uji Korelasi.....	98

Tabel 4.22. Uji T.....	99
Tabel 4.23. Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan GS dan GO.....	100
Tabel 4.24. Analisis Tabulasi Silang antara Usia dengan GS dan GO ...	101
Tabel 4.25. Analisis Tabulasi Silang antara Pendidikan dengan GS dan GO .....	102
Tabel 4.26. Analisis Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan GS dan GO.....	104
Tabel 4.27. Analisis Tabulasi Silang antara Frekuensi mengunggah dengan GS dan GO.....	105

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Diagram 4.2. Penetrasi Pengguna Internet APJII .....	54
Diagram 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	55
Diagram 4.4. Komposisi Pengguna Internet Indonesia oleh APJII.....	56
Diagram 4.5. Identitas Responden berdasarkan Pendidikan .....	57
Diagram 4.6. Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	59
Diagram 4.7. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunggah .....	60
Diagram 4.8. Diagram Indikator <i>Social Interactions</i> .....	62
Diagram 4.9. Diagram Indikator <i>Information Seeking</i> .....	66
Diagram 4.10. Diagram Indikator <i>Pass Time</i> .....	69
Diagram 4.11. Diagram Indikator <i>Entertainment</i> .....	73
Diagram 4.12. Diagram Indikator <i>Relaxation</i> .....	77
Diagram 4.13. Diagram Indikator <i>Expression Of Opinions</i> .....	80
Diagram 4.14. Diagram Indikator <i>Communicatory Utility</i> .....	83
Diagram 4.15. Diagram Indikator <i>Convenience Utility</i> .....	85
Diagram 4.16. Diagram Indikator <i>Information Sharing</i> .....	88
Diagram 4.17. Diagram Indikator <i>Knowledge About Other</i> .....	91



## ABSTRAK

Elbert Christian Sutanto, NRP 1423014032. Kepuasan Anggota @sbytubers dalam Menggunakan media sosial YouTube

Menurut Ruggiero (2000), dalam jurnal yang berjudul *Uses and Gratification Theory in the 21st Century* mengatakan bahwa pendekatan *uses and gratification* digunakan dalam penggunaan media massa baru seperti surat kabar, radio, televisi, dan kini internet (media sosial). Dengan media sosial yang terus berkembang di Indonesia dengan sifat audiens yang dapat memilih secara bebas media sosial apa yang akan dipakai dan digunakan maka hal ini akan menciptakan motif dan tujuan yang berbeda-beda dari setiap audiens yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. YouTube merupakan salah satu dari banyaknya media sosial yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya di surabaya ada @sbytubers. @sbytubers sendiri merupakan komunitas yang terbentuk oktober 2015, dan bertujuan untuk mewadahi dan menjadi tempat diskusi YouTubers Surabaya mulai dari yang pemula hingga sudah jago.

Penelitian ini sendiri berfokus terhadap *Gratification Sought* atau sebelum menggunakan media sosial dan *Gratification Obtained* atau setelah menggunakan media sosial menggunakan teori motif dalam menggunakan media sosial yang dikembangkan oleh Anita Whitting dan David William dengan judul *Why People Use Social Media*(2013). Terdapat 10 indikator dalam teori ini yaitu *Social interaction, Information seeking, Pass time, Entertainment, Relaxation, Expression of opinions, Communicatory utility, Convenience utility, Information sharing, Surveillance*. penelitian ini menggunakan metode Survey dengan menggunakan instrumen kuisisioner dengan penyebaran secara *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah secara keseluruhan anggota @sbytubers merasa puas dalam menggunakan media sosial YouTube namun ada 2 dari 10 indikator yang anggota @sbytubers tidak mendapatkan kepuasan, indikator yang pertama adalah *Information Seeking* dan indikator *Social Interactions*. Anggota @sbytubers mendapatkan kepuasan pada indikator *Information sharing, Pass time, Entertainment, Relaxation, Expression of opinions, Communicatory utility, Convenience utility, Surveillance*.

Kata kunci: Kepuasan, @sbytubers, Media Sosial, *Uses and Gratification*, YouTube, Media.

## ABSTRACT

Elbert Christian Sutanto, NRP 1423014032. The Satisfaction Member @sbytubers Using YouTube's social media.

According to Ruggiero (2000), in a journal entitled *Uses and Gratification Theory in the 21st Century* says that the use and gratification approach is used in the use of new mass media such as newspapers, radio, television, and now the internet (social media). With the ever-expanding social media in Indonesia with the nature of an audience that can freely choose which social media to use and use, it will create different motives and goals from every audience available to meet their needs and satisfaction. YouTube is one of the many social media that is widely used by the people of Indonesia, especially in Surabaya there @sbytubers. @sbytubers itself is a community formed October 2015, and aims to accommodate and become a discussion place YouTubers Surabaya ranging from beginner to already good.

The study itself focuses on Gratification Sought or before using social media and Gratification Obtained or after using social media using motive theory in using social media developed by Anita Whitting and David William under the title *Why People Use Social Media* (2013). There are 10 indicators in this theory: Social interaction, Information sharing, Pass time, Entertainment, Relaxation, Expression of opinions, Communicatory utility, Convenience utility, Information sharing, Surveillance. This research used survey method by using questionnaire instrument with simple random sampling.

The result of this study is that overall members of @sbytubers are satisfied in using YouTube social media but there are 2 out of 10 indicators that @sbytubers members are not getting satisfaction, the first indicator is Information Seeking and Social Interactions indicator. Member @sbytubers get satisfaction from indicator *Information sharing, Pass time, Entertainment, Relaxation, Expression of opinions, Communicatory utility, Convenience utility, Surveillance*.

Keywords: Satisfaction, @sbytubers, Social Media, *Uses and Gratification*, YouTube, Media.