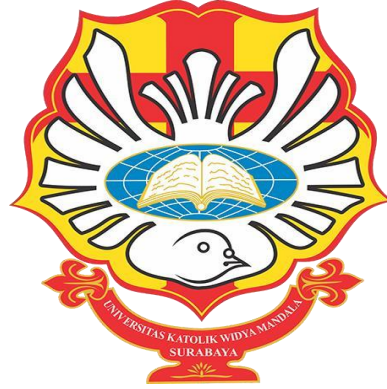


**PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENCARI
INFORMASI MENGENAI FILM MELALUI PLATFORM DIGITAL**

Skripsi



Disusun oleh:

Jonathan Emmanuel / 1423019001

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

**PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM Mencari
INFORMASI MENGENAI FILM MELALUI PLATFORM DIGITAL**

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun oleh:

Jonathan Emmanuel / 1423019001

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

Halaman persetujuan

Skripsi

Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Mencari Informasi Mengenai Film Melalui Platform Digital

Oleh :

Jonathan Emmanuel

1423019001

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

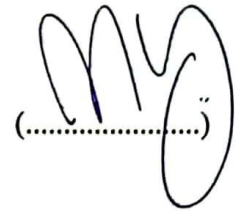
Pembimbing 1: Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom (.....)

NIDN: 0715108903



Pembimbing 2: Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN: 0707078607



Surabaya, 20 Juni 2023

Halaman Pengesahan

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima sebagai syarat kelulusan Skripsi

Pada: 17 Juni 2023

Oleh:

Mengesahkan,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN: 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom.

(.....)

NIDN: 0702087602

2. Sekretaris: Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

(.....)

NIDN: 0715108903

3. Anggota :Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

(.....)

NIDN: 0725058704

4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

(.....)

NIDN: 0707078607

Surat pernyataan originalitas

Dengan ini saya

Nama: Jonathan Emmanuel

NRP:1423019001

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul

Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Mencari Informasi Mengenai Film Melalui Platform Digital

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri, segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dan sudah mencantumkan sumber

Penulis,



(Jonathan Emmnauel)

Surat Pernyataan

Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Name : Jonathan Emmanuel

NRP : 1423019001

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun : 2023

Dengan ini SETUJU / TIDAK SETUJU Skripsi / Karya Ilmiah saya, dengan

Judul : Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Mencari Informasi Mengenai Film Melalui Platform Digital

Untuk di publikasikan / di tampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang- undang Hak Cipta yang berlaku

Demikian surat pernyataan SETUJU / TIDAK SETUJU publikasi skripsi ini saya buat dengan sebenarnya.

Penulis,



(Jonathan Emmanuel)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dan dapat bertumbuh menjadi sosok yang kuat. Karya penelitian ini kemudian menjadi satu dari mimpi yang ingin diraih oleh penulis untuk menemukan jati diri dan bisa membahagiakan keluarga. Atas dukungan yang tak berkesudahan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sosok keluarga yang senantiasa mendukung penulis sebagai orang yang kuat dan bertanggung jawab. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kehadiran keluarga yang senantiasa menjadi pendukung dalam setiap langkah yang penulis pilih.

Surabaya,

Jonathan Emmanuel

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya penelitian berbentuk skripsi dengan judul “Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Mencari Informasi Mengenai Film Melalui Platform Digital”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Proses penyusunan skripsi ini tak lepas dari dukungan dan doa yang senantiasa menyertai dari berbagai pihak. Maka, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Kepada ayah dan ibu yang selalu menginspirasi penulis sejak kecil. Terima kasih penulis ucapkan, karena ayah dan ibu mendidik penulis menjadi sosok yang kuat, dan senantiasa membantu penulis mencari jati diri yang sesungguhnya.
2. Kepada keluarga yang senantiasa memberi dukungan dan nasihat dikala penulis sakit maupun mengalami kesulitan. Terima kasih atas semua pengorbanan yang akan penulis balas dimasa depan nanti.
3. Kepada Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa mendampingi dan membimbing penulis

membuat karya penelitian dari awal riset hingga skripsi, terutama dimasa-masa penuh kegelisahan ini.

4. Kepada Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membantu dan membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya, terima kasih atas kesabaran dan dukungan yang tak berkesudahan.
5. Kepada Bapak/Ibu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala yang dengan baik hati membagikan ilmu dan pengalaman tak terhingga kepada penulis.
6. Kepada para mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi kelas A selaku teman penulis selama 4 tahun lamanya, terima kasih atas segala kelucuan dan keanehan yang selalu ada-ada saja, terutama detik-detik menjelang pengumpulan skripsi yang membuat mata dan jam tidur melayang-layang di udara.

Daftar isi

Cover dalam.....	i
Halaman persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Surat pernyataan originalitas	iv
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Bab1 Latar Belakang.....	1
I.1 Latar belakang.....	1
I.2 Rumusan masalah.....	14
I.3 Tujuan Penelitian.....	14
I.4 Batasan Penelitian	14
I.5 Manfaat penelitian.....	14
Bab 2 Kerangka Teori.....	15
II.1 Penelitian Terdahulu	15
II.2 Kerangka Teori.....	20
II.2.1 Teori Uses and Gratification	20
II.2.2 Preferensi.....	23
II.2.3 Informasi.....	26
II.2.4 Media Digital.....	28
II.2.5.Platform Digital	30

II.2.6. Audiens Action	33
II.2.7. Film.....	35
II.3 Nisbah Antar Konsep	37
II.4 Kerangka Konseptual	39
Bab 3 Metode penelitian.....	40
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
III.2 Metode.....	41
III.3 Variabel Penelitian.....	41
III.4 Definisi Konseptual.....	42
III.5 Definisi Operasional	42
III.5.1 Audiens Profile.....	42
III.5.2 Media Exposure.....	42
III.5.3 Jenis Media Berdasarkan Aplikasi.....	43
III.6 Populasi dan Sampel	47
III.6.1 Populasi... ..	47
III.6.2 Sampel.....	48
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	49
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	50
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	50

III.9.1 Uji Validitas	50
III.9.2 Uji Reliabilitas.....	51
III.10 Teknik Analisis Data.....	51
Bab 4 Hasil dan Pembahasan.....	53
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	53
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
IV.3 Hasil dan Pembahasan.....	55
IV.3.1 Deskripsi Pertanyaan Saringan.....	56
IV.3.1.1 Pertanyaan Saringan.....	56
IV.3.1.2 Identitas Responden.....	57
IV.3.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	57
IV.3.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
IV.3.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	59
IV.3.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	60
IV.3.2 <i>Media Exposure</i>	61
IV.3.2.1 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Jenis informasi yang Paling Dicari melalui Media Sosial.....	62
IV.3.2.2 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Jenis Informasi yang Dicari Melalui Website.....	63
IV.3.2.3 <i>Media Exposure</i> Seberapa Sering Responden Mengakses Informasi Lewat Media Sosial dalam Kurun Waktu Satu Minggu.....	64

IV.3.2.4 <i>Media Exposure</i> Seberapa Sering Responden Mengakses Informasi Lewat Website dalam Kurun Waktu Satu Minggu.....	65
IV.3.2.5 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Lama Penggunaan Media Sosial.....	66
IV.3.2.6 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Lama Penggunaan Website.....	67
IV.3.2.7 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Urutan Media Sosial.....	67
IV.3.2.8 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Media Sosial yang Paling Sering Dipilih....	68
IV.3.2.9 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Youtube.....	69
IV.3.2.10 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Instagram.....	70
IV.3.2.11 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Twitter.....	72
IV.3.2.12 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Facebook.....	73
IV.3.2.13 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Tiktok.....	74
IV.3.2.14 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Ranking Website yang Paling Sering Digunakan.....	75
IV.3.2.15 <i>Media Exposure</i> Berdasarkan Website yang Paling Sering Digunakan.....	76
IV.3.2.16 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Kompas.com.....	77
IV.3.2.17 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Tribunnews.....	78

IV.3.2.18 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan CNN.....	79
IV.3.2.19 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Detik Hot.....	80
IV.3.2.20 <i>Media Exposure</i> Jenis Informasi yang Paling Sering diakses dari Penggunaan Liputan 6.....	81
IV.3.3 Selective Perception.....	82
IV.3.3.1 Preferensi Media Masyarakat.....	84
IV.3.3.2 Tabulasi Silang antara Usia dengan Media Sosial.....	85
IV.3.3.3 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Media Sosial.....	86
IV.3.3.4 Tabulasi Silang antara Status Pekerjaan dengan Media Sosial.....	87
IV.3.3.5 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Media Sosial.....	88
IV.3.3.6 Tabulasi Silang antara Usia dengan Website.....	89
IV.3.3.7 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Website.....	90
IV.3.3.8 Tabulasi Silang antara Status Pekerjaan dengan Website.....	91
IV.3.3.9 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Website.....	92
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	94
V.1 Kesimpulan.....	94
V. 2 Saran.....	95
V.2.1 Saran Akademis.....	95
V.2.2 Saran Praktis.....	96

Lampiran.....	96
Daftar pustaka.....	107

DAFTAR TABEL

Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel IV. 1 Responden yang memiliki KTP Surabaya.....	56
Tabel IV. 2 Responden yang tinggal di Surabaya.....	57
Tabel IV. 3 Identitas responden berdasarkan usia.....	57
Tabel IV. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel IV. 5 Identitas Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	59
Tabel IV. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	60
Tabel IV. 7 Frekuensi responden yang mencari informasi lewat media sosial.....	62
Tabel IV. 8 Frekuensi responden yang mencari informasi melalui website.....	62
Tabel IV. 9 Jenis Informasi yang Paling Sering Dicari melalui Media Sosial.....	62
Tabel IV. 10 Jenis Informasi yang Dicari Melalui Website.....	63
Tabel IV. 11 Seberapa Sering Responden Mengakses Informasi Lewat Media Sosial dalam Kurun Waktu Satu Minggu.....	64
Tabel IV. 12 Seberapa Sering Responden Mengakses Informasi Lewat Website dalam Kurun Waktu Satu Minggu.....	65
Tabel IV. 13 Lama Penggunaan Media Sosial untuk mencari informasi.....	66
Tabel IV. 14 Lama Penggunaan Website untuk mencari informasi.....	67
Tabel IV. 15 Ranking Media Sosial yang sering digunakan.....	67
Tabel IV. 16 Media Sosial yang Paling Sering Dipilih Responden.....	68
Tabel IV. 17 Penggunaan Youtube Sebagai Preferensi Informasi.....	69
Tabel IV.18 Penggunaan Instagram Sebagai Preferensi Informasi.....	70
Tabel IV.19 Penggunaan Twitter Sebagai Preferensi Informasi.....	72

Tabel IV. 20 Penggunaan Facebook Sebagai Preferensi Informasi.....	73
Tabel IV. 21 Penggunaan Tiktok Sebagai Preferensi Informasi.....	74
Tabel IV. 22 Ranking Website yang Paling Sering Digunakan.....	75
Tabel IV. 23 Website yang Paling Sering Digunakan.....	76
Tabel IV. 24 Penggunaan Kompas.com Sebagai Preferensi Informasi.....	77
Tabel IV. 25 Penggunaan Tribunnews Sebagai Preferensi Informasi.....	78
Tabel IV. 26 Penggunaan CNN Sebagai Preferensi Informasi.....	79
Tabel IV. 27 Penggunaan Detik Hot Sebagai Preferensi Informasi.....	80
Tabel IV. 28 Penggunaan Liputan 6 Sebagai Preferensi Informasi.....	81
Tabel IV. 29 Responden Setelah Memperoleh Informasi.....	83
Tabel IV. 30 Penggunaan Media Sosial Sebagai Preferensi Informasi.....	84
Tabel IV. 31 Penggunaan Website Sebagai Preferensi Informasi.....	84
Table IV. 32 Tabulasi Silang antara Usia dengan Media Sosial.....	85
Table IV. 33 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Media Sosial.....	86
Table IV. 34 Tabulasi Silang antara Status Pekerjaan dengan Media Sosial.....	87
Table IV. 35 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Media Sosial.....	88
Table IV. 36 Tabulasi Silang antara Umur dengan Website.....	89
Table IV. 37 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Website.....	90
Table IV. 38 Tabulasi Silang antara Status Pekerjaan dengan Website.....	91
Table IV. 39 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Website.....	92

ABSTRAK

Jonathan Emmanuel, NRP. 1423019001. Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Mencari Informasi Terkait Film Melalui Platform Digital.

Penelitian ini berfokus pada preferensi masyarakat Surabaya dalam mencari informasi tentang film melalui platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teori *uses and gratification*, teori ini membahas masyarakat bebas menentukan informasi mana yang berguna berdasarkan pada proses selektif masyarakat dalam memilih informasi. Penelitian ini dilakukan karena pada jaman sekarang ini masyarakat bisa mengakses berbagai informasi melalui platform digital sebagai kebutuhan sehari-hari namun karena banyaknya informasi yang disajikan membuat masyarakat bingung akan memilih informasi yang mana. Hasil dari pengolahan data menemukan bahwa masyarakat menggunakan media sosial berupa youtube dan website kompas.com sebagai preferensi informasi. Informasi yang dicari melalui youtube adalah review trailer film dan informasi yang dicari pada kompas.com adalah semua informasi terkait film. Masyarakat pengguna media informasi youtube dan kompas.com paling banyak adalah para mahasiswa dan menggunakan media informasi untuk mempermudah pekerjaan karena cepat dan pembahasan informasi sangat detail.

Kata kunci: Preferensi, *uses and gratification*, platform digital

ABSTRACT

Jonathan Emmanuel, NRP. 1423019001. Surabaya Community Preferences in Seeking Information Related to Films Through Digital Platforms.

This research focuses on the preferences of the people of Surabaya in seeking information about films through digital platforms. This research uses a quantitative approach using the uses and gratification theory, this theory discusses that people are free to determine which information is useful based on the process of distinguishing people in selecting information. This research was conducted because nowadays people can access various information through digital platforms as their daily needs, but because the amount of information presented makes people confused about which information to choose. The results of data processing found that people use social media in the form of YouTube and the Kompas.com website as information preferences. The information sought via YouTube is a review of movie trailers and the information sought on kompas.com is all information related to films. Most of the users of information media on YouTube and Kompas.com are students and use information media to make work easier because it is fast and the discussion of information is very detailed.

Keywords: Preference, *uses and gratification*, digital platforms