

Tingkat Kepuasan *Subscriber* Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom)

Oleh:

RUFUS CHRISTIAN

180906492 / Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Tingkat Kepuasan *Subscriber* Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



disusun oleh :

RUFUS CHRISTIAN

180906492

disetujui oleh :

Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D

Dosen Pembimbing

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Subscriber Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR

Penyusun : RUFUS CHRISTIAN
NPM : 180906492

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Rabu, 3 April 2024
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran 1, Kampus IV Gedung Theresa Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

TIM PENGUJI

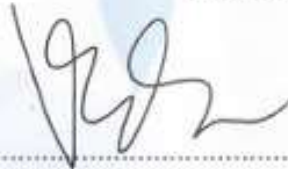
Dr. Dhyah Ayu Retno W., S.Sos., M.Si.
Penguji Utama



Nobertus Ribut S.S., M.A., Ph.D.
Penguji I



Caecilia Santi Praharsiwi, S.IKom., M.A.
Penguji II



Irene Santika Vidiadari S.IKom., MA
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rufus Christian

NPM : 180906492

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Kepuasan Subscriber Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #Viniar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, Tanggal Bulan Tahun

Saya yang menyatakan,



Rufus Christian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang telah memberikan kekuatan, karunia, dan berkat sehingga skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan *Subscriber* Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR” dapat terselesaikan tanpa kurang suatu apapun. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena kasih kemurahan-Nya peneliti dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini sampai akhir dan mendapatkan gelar sarjana.
2. Kedua orangtua saya, Pdm. Ir. B. Rudy Christianto dan Lydia Prayoga, yang telah mendukung, menekan, mendorong, mendoakan, dan memotivasi kepada peneliti, sebagai anak bungsunya, untuk dapat menyelesaikan skripsi guna meraih gelar sarjana.
3. Yohanes Widodo, S.Sos.M.Sc dan Nobertus Ribut Santoso, SS., MA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Kakak, Tabita Christiana S.S., yang mendoakan adiknya ini agar dapat menyelesaikan skripsi di waktu yang tepat.
5. Teman-teman Harvard Squad, yang telah memberikan tekanan psikologi tidak sehat dengan mempertanyakan jika teman satu *group* yang lebih muda lulus terlebih dahulu, yang mana menjadi tekanan untuk peneliti sehingga peneliti terdorong menyelesaikan skripsi lebih cepat.

6. Teman-teman “JAKSEL JOG”, Bang Hagi, Ari Simbolon, Ravael, Kevin, dan yang lainnya, yang memberikan dorongan, motivasi, hiburan, dan dukungan pada saat peneliti terpuruk dan tidak memiliki semangat hidup.
7. Bang Okta, yang selalu menemani dan ditemani dalam proses peneliti mengerjakan skripsi dan beliau yang sedang mengerjakan tesis. Bang Okta selalu memberikan doa dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Maylin Angelica, sebagai pacar yang tidak pernah lelah mengingatkan dan memberikan ancaman negatif dan positif guna mendorong semangat dan niat peneliti untuk menyelesaikan skripsi yang sedang berjalan.
9. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah berproses, melewati masa baik dan tidak baik, melakukan kesalahan bodoh dan bertanggungjawab atas kesalahannya, dan dapat bangkit perlahan untuk menyelesaikan tanggungjawab akademik guna membanggakan sekitar dan dirinya sendiri.

RUFUS CHRISTIAN

180906492

**TINGKAT KEPUASAN *SUBSCRIBER* VOLIX MEDIA DALAM
MENGONSUMSI VIDEO PODCAST #VINIAR**

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berperan besar pada perubahan perilaku komunikasi manusia. Tidak hanya pada perilaku konsumsi bagi “konsumen” tetapi juga pada produsen media. Jika tadinya produk komunikasi hanya bisa dibentuk oleh suatu media dari institusi media dalam suatu industri media, kini dalam industri media setiap orang bisa berperan sebagai produsen produk media dalam berbagai bentuk produk media. Hal ini diartikan sebagai terbukanya peluang bagi setiap orang untuk bisa menjadi produsen atau membentuk sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi di internet. Keterbukaan ini membuat maraknya media-media start-up digital yang muncul di media sosial.

Start-up media digital ini dapat bertahan jika suatu media dapat memenuhi dan memuaskan pengguna media tersebut. Jika, suatu media berhasil menjadi suatu media efektif bagi penggunaannya, maka media tersebut akan digunakan kembali dan dapat digunakan juga sebagai pemuas dan pemenuh kebutuhan pengguna media sosial lain, sehingga media tersebut bisa dilirik oleh beberapa pihak yang bisa menjadi investor, sehingga start-up media digital dapat bertahan di industri media internet. Oleh karena itu, hal mendasar yang perlu dilakukan oleh start-up media adalah memuaskan kebutuhan dari pengguna media sosial atau pengguna yang mengonsumsi produk komunikasi dari media tersebut.

Teori utama yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Teori tersebut digunakan untuk mengukur bagaimana kepuasan yang dicari dan didapatkan oleh pengguna media sosial dari penggunaan media sosial yang dipilih. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan membagikan kuisisioner kepada 400 responden yang merupakan *subscriber* akun Youtube Volix Media yang mengonsumsi konten video podcast #VINIAR. Proses penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* dan dihitung menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian ini ditentukan oleh selisih nilai mean *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Jika nilai mean pada *Gratification Sought* lebih tinggi dibandingkan *Gratification Obtained*, maka

subscriber Volix Media merasa tidak puas dengan mengonsumsi konten video podcast #VINIAR. Jika nilai mean pada *Gratification Obtained* lebih tinggi dibandingkan *Gratification Sought*, maka *subscriber* Volix Media merasa puas dengan mengonsumsi konten video podcast #VINIAR. Apabila nilai mean pada *Gratification Obtained* dan *Gratification Sought* memiliki nilai mean yang sama, kebutuhan dari *subscriber* Volix Media dipenuhi dengan mengonsumsi video podcast #VINIAR.

Kata Kunci: Start-up Media Digital, Kepuasan, *Uses And Gratification*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	15
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	15
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	15
a. Manfaat Teoritis	15
b. Manfaat Praktis	16
1.5. KERANGKA TEORI	16
a. <i>Uses and Gratification</i>	16
1.6. KERANGKA KONSEP.....	35
1.7. DEFINISI OPERASIONAL	43
Tabel 1. 4 Definisi Operasional Penelitian.....	43
1.8. HIPOTESIS	47
1.9. METODOLOGI PENELITIAN.....	48
a. Jenis Penelitian.....	48
b. Metode Penelitian.....	48
c. Populasi dan Sampel	49
d. Jenis Data	52
e. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.10. Pengukuran Data	54

a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	54
1.11. Teknik Analisis Data.....	55
BAB II.....	56
Deskripsi Objek Penelitian.....	56
2.1. Deskripsi Konten Video Podcast #VINIAR.....	56
a. Profil.....	56
BAB III	60
Temuan Data dan Pembahasan	60
3.1. Hasil Temuan Penelitian	60
3.1.1. Pengukuran Variabel.....	60
3.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
3.1.3. Tingkat Kepuasan <i>Subscriber</i> Volix Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR	80
3.2. Pembahasan.....	85
BAB IV	96
Penutup.....	96
4.1. Kesimpulan	96
4.2. Saran.....	97
Daftar Pustaka	99
LAMPIRAN.....	104
A. KUESIONER PENELITIAN.....	104
B. TURN IT IN SKRIPSI.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan angka potensi audiens pemasaran setiap media sosial....	6
Tabel 1. 2 Perbandingan produk konten dari beberapa start-up media digital di Youtube	7
Tabel 1. 3 Perbandingan klasifikasi gratifikasi sosial media pada teori Uses and Gratification Whiting and William dengan Bakar, Bolong, Bidin, dan Mailin	28
Tabel 1. 4 Definisi Operasional Penelitian	43
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Keyakinan (Beliefs)	60
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Evaluasi	61
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Gratification Sought.....	61
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Gratification Obtained.....	62
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 3. 6 Distribusi Frekuensi Mengenai Keyakinan (Beliefs).....	64
Tabel 3. 7 Distribusi Frekuensi Mengenai Evaluasi	66
Tabel 3. 8 Distribusi Frekuensi Gratification Sought Mengenai Gratifikasi Konten	68
Tabel 3. 9 Distribusi Frekuensi Gratification Sought Mengenai Gratifikasi Sosial	70
Tabel 3. 10 Distribusi Frekuensi Gratification Sought Mengenai Gratifikasi Proses	71
Tabel 3. 11 Distribusi Frekuensi Gratification Sought Mengenai Gratifikasi Teknologi	72
Tabel 3. 12 Distribusi Frekuensi Gratification Obtained Mengenai Gratifikasi Konten.....	74
Tabel 3. 13 Distribusi Frekuensi Gratification Obtained Mengenai Gratifikasi Sosial.....	76
Tabel 3. 14 Distribusi Frekuensi Gratification Obtained Mengenai Gratifikasi Proses	77
Tabel 3. 15 Distribusi Frekuensi Gratification Obtained Mengenai Gratifikasi Teknologi	78
Tabel 3. 16 Tingkat Kepuasan <i>Subscriber Volix</i> Media dalam Mengonsumsi Video Podcast #VINIAR.....	80
Tabel 3. 17 Kepuasan Terhadap Gratifikasi Konten	81
Tabel 3. 18 Kepuasan Terhadap Gratifikasi Sosial	81
Tabel 3. 19 Kepuasan Terhadap Gratifikasi Proses	82
Tabel 3. 20 Kepuasan Terhadap Gratifikasi Teknologi	82
Tabel 3. 21 Kepuasan Terhadap Gratifikasi Secara Keseluruhan.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beranda akun Youtube Volix	9
Gambar 1. 2 Model Alur Gratification Sought dan Gratification Obtained	30
Gambar 1. 3 Model Teori Value-Expectancy dalam GS dan GO.....	31
Gambar 1. 4 Kerangka Konsep dengan model teori Value-Expectancy.....	42
Gambar 2. 1 Logo terkini Volix Media.....	57
Gambar 2. 2 Logo Volix sebelumnya	57
Gambar 2. 3 Episode #VINIAR pertama	58
Gambar 3. 1 Kepuasan <i>Subscriber</i> Berdasarkan Gratifikasi Konten, Gratifikasi Sosial, Gratifikasi Proses dan Gratifikasi Teknologi	83
Gambar 3. 2 Grafik Kepuasan Terhadap Video Podcast #VINIAR	85