

**ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN LAYANAN LIVE STREAMING
VIDIO.COM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN
(Studi pada Penjaga Toko di Pusat Pembelanjaan Simpur Center
Kota Bandar Lampung dalam Menonton Live
Program Streaming di Televisi Online)**

(Skripsi)

Oleh

Aditya Rizki Iriansyah



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN LAYANAN LIVE STREAMING VIDIO.COM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN (Studi pada Penjaga Toko di Pusat Pembelanjaan Simpur Center Kota Bandar Lampung dalam Menonton Live Program Streaming di Televisi Online)

Oleh

Aditya Rizki Iriansyah

Perkembangan teknologi dan informasi juga memengaruhi cara manusia dalam mengakses televisi. Perubahan akses televisi dari cara yang konvensional berganti menjadi lebih praktis dengan cara online atau biasa disebut dengan televisi online yang menggunakan jaringan internet. Salah satu aplikasi new media yang menyediakan layanan televisi online adalah vidio.com. Vidio.com merupakan aplikasi *live streaming* untuk smartphone yang sedang populer saat ini. Selain *live streaming* vidio.com juga menyajikan video yang menghibur, berita, dan infotainment. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi penggunaan layanan aplikasi vidio.com dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa secara garis besar motivasi motivasi menonton informan melalui aplikasi vidio.com ada 2 yakni motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik sendiri meliputi, aplikasi vidio.com dapat menjadikan media dalam menonton televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi, dan hiburan dan motivasi ekstrinsik, yang menjadikan seseorang untuk mengunduh aplikasi vidio.com adalah seseorang memiliki acara televisi favorit sehingga apapun caranya orang tersebut tidak ingin tertinggal acara favorit tersebut, dorongan atau ajakan dari orang lain juga dapat memotivasi seseorang untuk mengunduh aplikasi vidio.com agar orang tersebut tidak tertinggal informasi dan tertinggal acara favorit mereka.

Kata kunci: layanan live streaming, motivasi, pemenuhan informasi dan hiburan

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE USE OF VIDIO.COM LIVE STREAMING SERVICE MOTIVATION OF INFORMATION AND ENTERTAINMENT FULFILLMENT (Study of Shopkeepers at the Bandar Lampung Simpung Center Shopping Center in Watching Live Streaming Programs on Online Television)

By

Aditya Rizki Iriansyah

The development of technology and information also affects the way humans access television. Changes in television access from the conventional way changed to become more practical by online means or commonly referred to as online television that uses the internet network. One of the new media applications that provide online television services is vidio.com. Vidio.com is a live streaming application for smartphones that is currently popular. In addition to live streaming vidio.com also presents entertaining videos, news and infotainment. The purpose of this study was to determine the motivation for using the vidio.com application service to meet information and entertainment needs. This research uses descriptive research type with qualitative methods. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques carried out by observation, interview and documentation. Based on the results of the study found that in outline the motivation to watch informants through the application vidio.com there are 2 namely intrinsic motivation and extrinsic motivation. Intrinsic motivation itself includes, the vidio.com application can make the media in watching television to meet the information needs, and extrinsic entertainment and motivation, which makes someone to download the vidio.com application is someone has a favorite television show so that no matter what the person does not want to miss the show Such favorites, encouragement or invitations from other people can also motivate someone to download the vidio.com application so that the person does not miss information and lags behind their favorite shows.

Keywords: *live streaming service, motivation, fulfillment of information and entertainment*

**ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN LAYANAN LIVE STREAMING
VIDIO.COM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN
(Studi pada Penjaga Toko di Pusat Pembelanjaan Simpur Center
Kota Bandar Lampung dalam Menonton Live
Program Streaming di Televisi Online)**

Oleh

Aditya Rizki Triansyah

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERISTAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi

: **ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN LAYANAN LIVE STREAMING VIDIO.COM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN (STUDI PADA PENJAGA TOKO DI PUSAT PEMBELANJAAN SIMPUR CENTER KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM MENONTON LIVE PROGRAM STREAMING DI TELEVISI ONLINE)**

Nama Mahasiswa

: **Aditya Rizki Iriansyah**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1416031006

Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

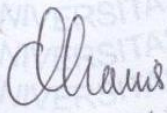
: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing


Drs. Teguh Budi Raharjo, M,Si
NIP. 19600122 198703 1 004

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dhanik Sulistyarini, S.Sos, MComn&MediaSt
NIP. 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si**

Penguji Utama : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Drs. Syarif Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 16 Desember 2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Rizki Iriansyah
NPM : 1416031006
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Desa Sukaraja, Dusun III, Kec Gedong Tataan,
Kab Pesawaran,
No.HP : 089620158066

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Motivasi Penggunaan Layanan Live Streaming Vidio.Com terhadap Pemenuhan Informasi dan Hiburan (Study pada Penjaga Toko di Pusat Pembelanjaan Simpur Center Kota Bandar Lampung dalam Menonton Live Program Streaming di Televisi Online)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggungjawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 20 Desember 2019
Yang membuat pernyataan,



Aditya Rizki Iriansyah
NPM. 1416031006

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Aditya Rizki Iriansyah. Dilahirkan di Gedong Tataan pada tanggal 26 Maret 1996. Merupakan putra ketiga dari pasangan Bapak Purnawirawan Nasrunsyah dan Ibu Nurmawati S.Pd.

Penulis menempuh pendidikan di TK Pertiwi Gedong Tataan yang diselesaikan pada tahun 2002, SD Negeri 2 Sukaraja yang diselesaikan pada tahun 2008, SMP Negeri 1 Gedong Tataan yang diselesaikan pada tahun 2011 dan kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Gedong Tataan yang diselesaikan pada tahun 2014. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung pada tahun 2014. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam keanggotaan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi sebagai anggota Research And Development (2015-2016 hingga 2016-2017) Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pajar Mataram, Kecamatan Seputih Mataram, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari. Penulis juga menerapkan hasil pembelajaran dari bangku kuliah pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) di BKKBN Provinsi Lampung pada periode Juli hingga Agustus 2017.

MOTO

*Jangan hanya ingin ingin saja, tapi gak ada usaha dan doa
(emakka)*

Jangan takut pada luka dan sakit apapun yang terjadi
jangan gentar pergi untuk mencari impian milikmu,
meskipun ada yang menghalangi untuk sampai
ketujuan
(JKT48)

Boros temennya syaithon
(Al-Isra':27)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Kupersembahkan karya sederhana namun penuh perjuangan ini kepada kedua orangtua yang sangat kusayangi, Ayahanda Purnawirawan Nasrunsyah dan Ibunda Nurmawati S,Pa, serta kakak ku Alm Fatrio Nurmansyah, Ade Rosilia Saputri, dan Dimas Ardian Prasetyo, dan tidak lupa Adikku yang telah beranjak dewasa Shindi Amelia Putri

Kupersembahkan untuk keluarga besar kakekku (Alm) kartomawit di Lampung, keluarga besar kakekku (Alm) Nurkalim di Pesawaran, serta Keluarga Besar datukku Achmades di kalinada

*Kupersembahkan juga untuk semua sahabat,
Serta orang-orang yang selalu bersedia mendukungku
sepenuh hati*

Serta almamater tercinta, Universitas Lampung

SANWANCANA

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Motivasi Penggunaan Layanan Live Streaming Vidio.Com terhadap Pemenuhan Informasi dan Hiburan (Study pada Penjaga Toko di Pusat Pembelanjaan Simpur Center Kota Bandar Lampung dalam Menonton Live Program Streaming di Televisi Online)”**, sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki selama perkuliahan, serta berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

2. Ibu Dhanik Sulistyarini S.Sos, M.Comn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung,
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas kesediaan bapak untuk selalu meluangkan waktu di tengah jadwal yang padat. Terima kasih atas segala bimbingan, nasihat, keramahan, serta canda tawa yang selalu bapak berikan selama berlangsungnya proses bimbingan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada bapak.
5. Toni Wijaya, S.Sos.,MA. sekaligus dosen pembahas penulis yang selalu memberikan arahan, perbaikan dan masukan kepada penulis. Terima kasih atas semua kebaikan serta bantuan yang ibu berikan selama ini.
6. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang selalu bersedia mendengarkan berbagai pertanyaan serta memberikan saran yang membangun kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Teruntuk Ayahku Purnawirawan Nasrunsyah dan Ibuku Nurmawati S,Pd tersayang, terima kasih sebesar-besarnya atas cinta dan kasih sayang yang kalian berikan selama ini. Terima kasih juga atas doa yang tulus yang selalu kalian panjatkan setiap harinya untuk keberhasilanku. Semoga Allah SWT selalu melindungi kalian. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

9. Teruntuk kakaku Ade Rosilia Saputri dan Dimas Ardian Prasetyo, yang selama ini sering abang repotin. Terima kasih karena selalu mau nolongin abang dari segi motivasi maupun materil maaf ya kak udah banyak ngerepotin selama ini.
10. Untuk Adikku yang cantik Shindy Amelia Saputri terima kasih ya dek udah mau nemenin abang ke Simpur untuk mencari narasumber, dan terimakasih selalu kasih semangat disaat abang lagi lelah dan merasa *down* dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan. Semoga kita bisa sukses dan menjadi kebanggaan emak dan ayah. Aamiin.
11. Tidak lupa untuk Alm Abangku Fatrio Nurmansyah yang sangat saya rindukan, sesungguhnya jika aku sedang lelah dengan skripsi ini rasanya aku ingin sekali mendapatkan support dan pelukan dari abang secara langsung, terkadang aku merasa iri dengan teman-temanku yang memiliki sosok seorang abang ia bisa bersenda gurau dengan abangnya sedangkan aku sudah tidak bisa lagi seperti mereka, aku ingin sekali jika aku melaksanakan ujian skripsi atau wisuda nanti aku berharap abang hadir di mimpiku memberiku semangat, beruntunglah kalian yang masih memiliki sosok seorang kakak laki-laki, abang sudah tenang sudah di surganya Allah SWT
12. Untuk Mbahku Hj. Sartini, terimakasih atas motivasi dan dukungannya yang telah diberikan untukku sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Untuk sahabatku Petinggi Julid Riska Citra Asri S,Ikom dan Franssiska Rosalia Eka Arumningtyas S.Ikom, kawan hedonisme, kawan julid terima kasih sudah terus memotivasi aku untuk selalu menyelesaikan skripsi ini, dan

terimakasih sudah mau berjuang bersama selama ini. Selalu hadir tidak hanya disaat senang tetapi juga di masa yang sulit sekalipun. Selalu bersedia menolong dan mau direpotkan kapanpun dan dalam kondisi apapun. *May the force always be with us!*, dan terimakasih atas bahan julidannya selama ini yang dapat menghiburku di saat lelah menghadapi skripsi ini.

14. Untk sahabatku Arin Fatmawati yang kini telah menjadi ASN di BKKBN, setelah 15 kali mengajukan judul skripsi yang tidak kunjung di Acc, lalu engkau datang kepadaku untuk memberikan sebuah judul skripsi, terimakasih juga telah di bantu dalam pengerjaan skripsi ini.
15. Untuk teman kecilku yang selalu bareng sedari TK, SD, SMP, SMA, bahkan kuliah satu jurusan juga, Pramudya Chris Ananta, termakasih sudah mau menjadi temanku sejak kecil sudah banyak cerita kenangan yang sudah kita lalui, segera di selesaikan ya pram skripsinya semangat!, biar kita bisa kerja bareng satu kantor lagi, jangan sampe kita nikah satu istri juga pram hahaha.
16. Untuk keluarga Nurkalim, terimakasih sudah telah memberiku semangat,dan dorongan motivasi sehingga skripsiku dapat terselesaikan.
17. Untuk keluarga ku di kampus Rusunawa Fams, Enindita Prastiwi S.Ikom cepet kerja *ndang* nikah ya nin pengen makan rendang, Manasye Rendi Juliano semangat ya ren skripsinya , Nia ayo Nyak di percepat skripsinya, Ulfa Ramadhania S.Ikom semangat ya Ulfa S2nya, Kumaranur Putri P.I.P, S.Ikom semoga sukses yak Kum di Jakarta jangan lupain aku disini, Dede Haryanto S.Ikom sukses terus ya De , Achmad Kanzul Fikar S.Ikom sukses dan semangat selalu untuk S2nya Njul, Bayu Ardhi Hartamto semangat ya bay.

18. Untuk FBY, Ismadiyah, Soni, Aji, Rahmat. Terima kasih telah berjalan beriringan dan merangkul satu sama lain. Semoga kekeluargaan kita selalu terjaga selamanya.
19. Untuk Bagi Link Gan, Phoebe Sheryl Sarisin ayo ce Skripsian aku bantu selagi aku masih ada di Lampung, kurang-kurangnya ya Ce malesnya, Dennis Balkhopa sang anak Sultan semoga selalu di permudahkan dalam mencari pekerjaan Aamiin, Andaru Rian Sudrajat ibu aku saat dikampus terimakasih telah memberikanku semangat, segera jalankan skripsimu, Mia Kartika Chandra S.Ikom semoga selalu diberi kemudahan dalam mencari pekerjaan ya Mi, dikurangnya sifat Gupeknya.
20. Untuk The Duck's, Miki, Meje, khesy, yang selama ini sudah bersama melewati drama perkuliahan. Terima kasih atas semangat yang diberikan satu sama lain, semoga gelar S.I.Kom kita ini berkah dan bermanfaat ya geng.
21. Untuk teman-teman KKN Desa Pajar Mataram, Tere, Dini, Maria, Putri Bang Dimas, Dedi, Terima kasih ya keluarga baruku atas keseruan dan pengalaman yang kalian kasih selama masa KKN. Sudah hampir 3 tahun persaudaraan kita tetap terjalin dengan indah, ketika kelompok KKN yang lain sudah bubar kita masih tetap menjalin hubungan luar biasa, Tanpa kalian KKN ku akan biasa-biasa saja.
22. Kakak-kakak tingkat di Jurusan Ilmu Komunikasi, kak Hadi Subaekti, Kak Erika Terima kasih sudah menjadi sosok kakak yang baik yang peduli dengan adik-adiknya.
23. Buat abang-abangku, bang Gustri, dan bang Apo, Bang Anton terimakasih bang atas nasihat dan pelajaran hidup yang telah diberikan kepadaku.

24. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014. Terima kasih kepada kalian semua atas cerita dan kenangan yang telah kita ukir bersama. Semoga kita semua berhasil di jalannya masing-masing.
25. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala pembelajaran berharga di bangku perkuliahan yang telah membuat penulis menjadi orang yang lebih baik.

Semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat dan ridho-Nya untuk kita semua dalam hidup ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan keluasan ilmu bagi semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandar Lampung, Desember 2019
Penulis,

Aditya Rizki Iriansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR BAGAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan tentang Motivasi	10
2.2.1 Pengertian Motivasi	10
2.2.2 Teori Herzberg	12
2.3 Tinjauan Tentang Media	13
2.3.1 Pengertian media Massa	13
2.3.2 Fungsi Media	14
2.3.3 Jenis media Massa.....	15
2.4 Kerangka Pikir	18
III. METODELOGI PENELITIAN	20
3.1 Tipe Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian	20

3.3 Fokus Penelitian	22
3.4 Kriteria Informan	23
3.5 Lokasi Penelitian	24
3.6 Sumber Data.....	24
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8 Teknk Pengolahan Data	25
3.9 Teknik Analisis data.....	26
3.10 Teknik Keabsahan Data	27
IV. GAMBARAN UMUM.....	29
4.1 Vidio.Com.....	29
4.2 Simpur Center Bandar Lampung	33
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Profil Informan.....	35
5.2 Hasil Wawancara	36
5.2.1 Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	36
5.2.2 Hasil Wawancara Motivasi Estrinsik	64
5.3 Pembahasan.....	82
5.3.1 Motivasi Pengguna Aplikasi Vidio.Com di Kaji Dari Aspek Motivasi Instrinsik.....	82
5.3.2 Motivasi Pengguna Aplikasi Vidio.com di Kaji Dari Aspek Motivasi Ekstrinsik.....	92
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Logo Vidio.com	18
2. Bagan Kerangka Pikir	19
3. Beranda	30
4. Channel televisi vidio.com.....	30
5. <i>Eksplora</i>	31
6. <i>fitur Following</i>	31
7. <i>My profile</i>	32
8. Tayangan Televisi	32
9. Tampak Depan Mall Simpur Center	34
10. Logo Simpur Center	34
11. Informasi Mengenai Pertandingan Sepak Bola di Vidio.Com.....	83
12. Informasi Mengenai Berita Politik Di Aplikasi Vidio.Com	83
13. Informasi Mengenai Berita Seputar Selebriti.....	84
14. Sistem Komentar/Chatting Saat Menonton Di Vidio.Com.....	85
15. Perbandingan Kualitas Gambar Vidio.Com Dengan Aplikasi Serupa.....	87
16. Tayangan Ulang pada acara FTV di SCTV	88
17. Iklan vidio.com di televisi.....	95
18 Iklan Vidio.com di Instagram	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Rating Vidio.com	5
2. Penelitian Terdahulu	7
3. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	36
4. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	39
5. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	43
6. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	46
7. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	51
8. Hasil Wawancara Motivasi Ektrinsik	53
9. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	56
10. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	58
11. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	60
12. Hasil Wawancara Motivasi Instrinsik	62
13. Hasil Wawancara Motivasi Ekstrinsik	64
14. Hasil Wawancara Motivasi Ekstrinsik	68
15. Hasil Wawancara Motivasi Ekstrinsik	72
16. Hasil Wawancara Motivasi Ektrinsik.....	75
17. Hasil Wawancara	78

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan zaman mampu secara pesat mendorong perkembangan teknologi, terutama teknologi informasi dan komunikasi. Beragam bentuk teknologi komunikasi baru ini menjadi sarana dan media baru (*new media*) bagi masyarakat untuk saling berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Kehadiran *new media* membawa dampak yang sangat signifikan di dalam kehidupan manusia, terutama pada aspek kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Kemunculan *new media* berupa internet di akhir abad ke-20 menjadi katalisator yang secara signifikan memicu proses perubahan sosial masyarakat. Dengan internet, dunia seolah dipersempit, karena proses komunikasi dapat dilakukan dengan mudah, instan, masif serta tidak mengenal batasan jarak, ruang, dan waktu. Berbagai istilah baru seperti *netizen*, *e-life*, *global village* dan lain sebagainya muncul dan menjadi indikator proses sosialisasi di dalam masyarakat yang ada saat ini memiliki ketergantungan signifikan kepada berbagai bentuk *new media* yang belakangan ini muncul.

Perkembangan teknologi dan *new media* sangat identik dengan modernisasi. modernisasi juga memengaruhi sisi komunikasi massa, Komunikasi massa yaitu komunikasi yang penyebarannya menggunakan media massa, dengan khalayak yang bersifat heterogen (meluas dan menyeluruh) dan isi pesan bersifat umum serta terdapat gatekeeper (pengontrol pesan). Bentuk media massa antara lain media elektronik (radio, televisi), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, film (film bioskop dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera), serta internet namun tergantung dari situs (Nurudin, 2011:4-5)

Komunikasi massa artinya komunikasi melalui media massa. Ini berarti, komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya tanpa menyertakan media massa sebagai elemen terpenting dalam komunikasi massa (Nurudin, 2011:63).

Sebagai salah satu media massa dalam komunikasi massa adalah televisi. Televisi dapat menyebarkan pesan secara serempak, cepat, serta kepada audience yang luas dan heterogen. Televisi juga memberi banyak kemungkinan ilustrasi visual, kaya akan tata gerak, tata warna, dan berbagai bunyi suara (Wibowo, 2007:19).

Media televisi mempunyai banyak kelebihan di samping beberapa kelemahan. Kekuatan media televisi ialah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik, kabel, dan fiber yang dipancarkan (transmisi) melalui satelit. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa, cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau

pemberitaan sangat cepat. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak. Satu hal yang paling berpengaruh dari daya tarik televisi ialah bahwa informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas, dan sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran televisi (Kuswandi, 1996:23).

Ada kekuatan, tentu saja ada kelemahan. Kekurangan televisi adalah, karena bersifat transitory (hanya meneruskan) maka isi pesannya tidak dapat di simpan oleh penonton. Media televisi terikat oleh waktu tontonan, tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung. Hal ini terjadi karena faktor penyebaran siaran televisi yang begitu luas kepada massa yang heterogen, juga karena kepentingan politik dan stabilitas keamanan negara (Kuswandi, 1996:23).

Meskipun televisi memiliki kelebihan dan kekurangan, daya tarik media televisi masih sedemikian besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total sama sekali. Salah satu kekurangan televisi konvensional adalah siatnya tidak praktis hanya bisa digunakan di rumah dengan menggunakan alat bantu listrik dan sinyal pemancar (antena televisi atau parabola)

Perkembangan teknologi dan informasi juga memengaruhi cara manusia dalam mengakses televisi. Perubahan akses televisi dari cara yang konvensional berganti menjadi lebih praktis dengan cara online atau biasa disebut dengan televisi online yang menggunakan jaringan internet.

Salah satu aplikasi new media yang menyediakan layanan televisi online adalah vidio.com. Vidio.com merupakan aplikasi *live streaming* untuk smartphone yang sedang populer saat ini, aplikasi yang sudah diunduh sebanyak 10 juta kali dapat di Unduh melalui playstore dan ios. ini merupakan salah satu aplikasi yang di sukai oleh masyarakat terutama kaum millennial saat ini, tidak hanya untuk live streaming aplikasi vidio.com juga menyediakan video video yang menghibur, berita, infotainment. Vidio.com sendiri didirikan oleh Adi Sariaastmaja sejak tahun 2014 dan dikelola oleh PT Kreatif Media Karya (sumber vidio.com)

Vidio.com sendiri sama halnya seperti *youtube* yaitu aplikasi yang digunakan untuk menonton tayangan video, video yang menghibur, seram , ataupun video yang membahas tentang ekonomi politik sosial budaya, dan layanan live streaming, tapi yang membedakan antara vidio.com dan youtube adalah, jika di youtube hanya dapat menyaksikan tayangan video dan live streaming, berbeda halnya dengan vidio.com, di vidio.com kita tidak hanya menyaksikan tayagan video dan live streaming saja tetapi kita dapat juga menyaksikan tayangan televisi online favorit kita dimana pun dan kapan pun dengan menyambungkan jaringan internet, di vidio.com sendiri kita dapat mengunggah video kita ke vidio.com.

di aplikasi vidio.com kita tidak hanya bisa menonton televisi secara *online* saja, tetapi kita bisa menyaksikan acara lain seperti tahun lalu yaitu *Asian Games*, Liga Dunia, liga Indonesia dan menyaksikan pemilihan ratu kecantikan dunia, bahkan pada tanggal 17 Januari 2019 seluruh channel

televisi menyiarkan debat presiden, siaran debat presiden juga di tayangkan di aplikasi vidio.com hal ini memudahkan masyarakat yang tidak bisa menonton televisi dalam menyaksikan tayangan debat calon presiden. di playstore aplikasi vidio.com merupakan pencarian yang paling teratas di bandingkan aplikasi serupa lainnya. Inilah alasan mengapa peneliti ingin meneliti masyarakat yang menggunakan aplikasi vidio.com

Tabel 1 : rating vidio.com yang di peroleh melalui jumlah pengguna

NO	Jumlah Bintang	Jumlah Rating
1.	5 Bintang	68.619
2.	4 Bintang	19.844
3.	3 Bintang	17. 479
4.	2 bintang	4.434
5.	1 Bintang	7.201

Sumber: play store / vidio.com

Dari 10 juta pengguna aplikasi vidio.com sebanyak 117. 577 memberikan penilaian, berupa jumlah rating di atas dapat di ketahui bahwa sebanyak 68.619 pengguna vidio.com merasa sangat puas dan sebnyak 7.201 pengguna aplikasi vidio.com tidak merasa puas atas layanan yang diberikan oleh pengembang aplikasi vidio.com.

Dengan banyaknya pengguna yang telah mengunduh aplikasi vidio.com hal tersebut secara tidak langsung telah menunjukkan bahwa. Minat dan ketertarikan masyarakat dalam menggunakan aplikasi berbasis televisi online tersebut cukup tinggi. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui secara lebih dalam mengenai motif-motif yang melatarbelakangi masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Terutama pada pengguna fitur live streaming

Jadi dalam hal ini saya akan menganalisis motivasi penggunaan aplikasi video.com, narasumber pada penelitian ini adalah masyarakat di kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi vidio.com, karena masyarakat kota Bandar Lampung memiliki aktivitas yang cukup tinggi sehingga jarang sekali menonton tayangan televisi, dan tidak semua masyarakat di kota Bandar Lampung yang menetap di rumah, jadi harus tinggal di rumah kost atau kontrakan sehingga jarang sekali yang memiliki televisi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apa saja motivasi penggunaan layanan aplikasi vidio.com dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motivasi penggunaan layanan aplikasi vidio.com dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Di harapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi dan di harapkan juga bisa menjadi refrensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan motivasi penggunaan aplikasi live streaming

2. Manfaat Praktis

Di harapkan mahasiswa bisa menegtaui bagaimana motivasi seseorang menggunakan media. Dan dapat memebrikan pengetahuan tentang penggunaan sebuah media terutama media live streaming.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian. kegunaan penelitian terdahulu untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Tabel 2: Penelitian Terdahulu

1	Judul	Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Study Korelasi Anatar Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.Com Dengan Pemenuhan Kebutuhan Inforasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 Fisip UNS)
	Penulis	Dian Sativa
	Metode Penelitian	Kuantitaif
	Hasil Penelitian Terdahulu	1. Ada hubungan yang signifikan antara aktivitas menggunakan media online Kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS 2. Ada hubungan yang signifikan antara motivasi menggunakan media online Kompas.com dengan aktivitas menggunakan media online Kompas.com di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS
	Perbedaan penelitian terdahulu	Perbedaan penelitian terletak pada penelitian terdahulu yang memfokuskan diri kepada mahasiswa yang menggunakan layanan live streaming vidio.com. sedang penelitian yang di lakukan Dian Sativa memfokuskan

		penelitian kepada mahasiswa yang menggunakan media online kompas.com sebagai pemenuhan kebutuhan informasinya
	Kontribusi penelitian	Untuk mengetahui penggunaan media online kompas.com di kalangan mahasiswa terutama jurusan ilmu komunikasi untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan
	Judul Skripsi	Penggunaan YouTube dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Penggunaan YouTube pada Channel Dara Nitya terhadap Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi akan Tutorial Make Up di Kalangan Subscribers Channel YouTube Dara Nitya)
	Penulis	Renissa Ardine
	Metode penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan YouTube dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi yang memiliki angka korelasi sebesar 0,833 dengan taraf signifikansi 0,05 dan ke butuhan akan teknologi yang juga memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi dengan angka korelasi sebesar 0,341. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penggunaan YouTube pada channel Dara Nitya mampu memenuhi kebutuhan informasi mengenai tutorial make up di kalangan subscribers channel Dara Nitya.
	Perbedaan penelitian	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan media youtube sebagai objek penelitiannya dan subjek penelitiannya adalah para subscriber Chanel Youtube Dara Nitya, lalu penggunaan metode penelitiannya, dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif . sedangkan saya objek penelitiannya adalah aplikasi vidio.com dan subjek penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
	Kontribusi Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media Youtube di kalangan subscriber untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan tentang tutorial <i>make up</i>
3	Judul Penelitian	Pengaruh Isi Pesan <i>Tweet</i> @Metrotv Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untirta 2012-2014
	Penulis	Sarah Hatugaol
	Metode Penelitian	Kuantitatif

Hasil Penelitian	Hasil penelitiann, jumlah responden dalam menjawab kuesioner adalah ragu-ragu tentang pertanyaan tweet @metrotv dalam memberikan informasi , karema akun twitter @metro-TV tidak pernah merespon pertanyaan apapun dari followersnya.
Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian pada metode penelitian, metode penulis sarah menggunakan metode kuantitaif, dan objek penelitiannya adalah media sosial twitter
Kontribusi Penelitian	Untuk mengukur seberapa besar isi pesan <i>tweet</i> @metrotv dalam memenuhi kebutuhan informasi

2.2 Tinjauan Tentang Motivasi

2.2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan faktor yang menentukan baik tidaknya dalam mencapai tujuan dan mengarahkan perbuatan belajar. Semakin besar motivasinya akan semakin besar kesuksesannya, sedangkan semakin lemah motivasinya akan mengakibatkan banyak mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan belajarnya.

Mc. Donald yang dikutip (Sardiman 2010:73) menyatakan bahwa motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya "*feeling*" dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian yang dikemukakan Mc. Donald ini mengandung tiga elmen penting yaitu:

1. Bahwa motivasi mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia.
2. Motivasi ditandai dengan munculnya, rasa "*feeling*", afeksi seseorang.
3. Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan.

Dari pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa, motivasi merupakan perubahan energi pada setiap individu manusia yang di tandai dengan munculnya *felling* dalam mencapai tujuan tertentu. Menurut Sardiman (2011 : 85) mengemukakan ada tiga fungsi motivasi, yaitu :

1. Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepas energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
2. Menuntun arah perbuatan, yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai, dengan demikian motivasi dapat memberi arah, dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.
3. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Menurut Sardiman berdasarkan penyebab timbulnya suatu motivasi terbagi menjadi dua macam yaitu:

1. Motivasi intrinsik, yaitu motif- motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Dengan kata lain, dorongan tersebut sudah ada dalam diri individu, misalnya kegemaran, minat, dan sifat diri akan mempengaruhi apa-apa yang akan dikerjakannya;
2. Motivasi ekstrinsik, yaitu motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Misalnya seseorang itu belajar, karena besok

akan diadakan ujian dengan harapan mendapat nilai baik, sehingga akan dipuji oleh pacarnya, atau dengan temannya (Sardiman, 2011:89-91).

2.2.2 Teori Motivasi Herzberg

Teori Herzberg melihat dua faktor yang mendorong seseorang untuk termotivasi yaitu motivasi intrinsik (motivator factors) dan motivasi ekstrinsik (hygiene factors) (Herzberg, 1966). Motivasi intrinsik yaitu motif-motif yang timbul dari dalam diri masing-masing orang, dan motivasi ekstrinsik yaitu daya dorong yang datang dari luar diri seseorang (Sprinthall dan Sprinthall, 1990).

Woolfolk (2005) menjelaskan motivasi intrinsik memiliki faktor-faktor internal, seperti rasa ingin tahu, dan kenikmatan. Selain itu faktor motivasi intrinsik menurut Herzberg (1966) adalah pekerjaan itu sendiri, peluang untuk maju, pengakuan orang lain, tanggung jawab, dan prestasi yang diraih. Setiap individu yang termotivasi secara intrinsik akan cenderung memilih tugas yang menantang karena individu tersebut memiliki keyakinan dapat melakukannya dengan baik, sedangkan pada individu yang termotivasi ekstrinsik, mereka tidak tertarik pada aktivitas itu, melainkan tertarik pada apa yang akan diperoleh berupa imbalan atau keuntungan (Woolfolk, 2005).

Sumber motivasi ekstrinsik Herzberg mengatakan (1966) yaitu gaji, kondisi kerja, hubungan antar pribadi, supervisi, dan kebijakan serta administrasi. Menurut Woolfolk (2005) faktor-faktor eksternal berupa imbalan, pujian, penghindaran dari hukuman, dan tekanan sosial (Hasibuan, 1990:177).

2.3 Tinjauan Tentang Media massa

2.3.1 Pengertian Media Massa

Media massa merupakan salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (printed media), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain (Vivian, 2008:4).

Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya. Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya.

2.3.2 Fungsi media masa

1. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi yang paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Iklan pun dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain.

Informasi biasanya di sajikan dalam bentuk sebuah berita yang mengandung unsur 5W+ 1H (*What, Where, Who, When, Why, + How*) atau Apa, Dimana, Siapa, Kapan, Mengapa, Bagaimana. Saat ini konsep 5W+1H atau *straight news* sudah di kembangkan menjadi peliputan jurnalisme investigasi, yakni suatu bentuk liputan yang di lakukan secara mendalam. Jadi sudah tidak sekedar menampilkan unsur berita 5W+1H, seperti tayangan acara Reportase Investigasi di TransTV

2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi di bandingkan dengan fungsi-fungsi lainnya. Dalam sebuah keluarga, televisi bisa sebagai perekat keintiman keluarga. itu karena masing-masing anggota keluarga mempunyai kesibukan sendiri-sendiri, misalnya suami dan istri bekerja dan anak-anak sekolah, steleha mereka kelelahn dalam beraktivitas, ketika malam hari tiba mereka berada dirumah, kemungkinan besar mereka menjadikan televisi sebgai media hiburan dan sekaligus menjadi sarana untuk

berkumpul dengan keluarga. Hal ini mendudukan televisi sebagai alat utama hiburan (untuk melepas lelah).

Berbeda dengan media cetak. Media cetak biasanya tidak menempatkan hiburan pada posisi paling atas, tetapi informasi. Namun demikian, media cetak tetap harus memfungsikan hiburan. Gambar-gambar berwarna yang muncul di setiap halaman, adanya teka-teki, cerita bergambar menjadi beberapa ciri bahwa media cetak juga memberikan layanan hiburan.

2.3.3 Jenis Media Massa

Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid buku, dan film. Dalam perkembangannya komunikasi massa yang sudah sangat modern ini, ada satu perkembangan tentang media massa yaitu internet, internet sendiri merupakan bentuk dari media massa karena memiliki ciri-ciri, fungsi, dan elemennya, jelas masuk dalam bentuk komunikasi massa. Nurudin (2006:4).

Seperti yang dikemukakan oleh Jay back dan Federick C Whitney dalam bukunya *introduction to mass communication* (1998) yang dikutip dari Nurudin. Dikatakan bahwa *mass communication* menunjuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sementara itu *mass communication* lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik. Atau bisa dikatakan lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa.

1. Televisi Sebagai Media massa

Televisi adalah media komunikasi yang paling populer karena sifatnya yang audio visual. Di Amerika rata-rata disetel tujuh jam sehari. Televisi Amerika meniru pola radio. Sejak awal televisi ada dual sistem. Stasiun komersial local, dan jaringan nasional. Bahkan acara meniru acara radio. Di Indonesia kita kenal istilah televisi public, televisi komunitas, televisi berlangganan.

Pada permulaan abad ke-20, masyarakat Barat melakukan percobaan untuk mengembangkan teknik komunikasi yang paling luas. Sepanjang masa pertama dekade abad ke-20 *motion pictures* menjadi media hiburan keluarga. Ini diukuti pada tahun 1920-an dengan pengembangan radio rumah tangga dan pada tahun 1940-an dengan di mulainya televisi rumah tangga. Bahkan pada awal tahun 1950-an radio telah mengalami titik jenuh pada keluarga di Amerika. Radio berkembang lebih cepat dengan melakukan penetrasi yang kian meningkat dengan didukung pertumbuhan sejumlah pemancar radio. Pada akhir tahun 1950-an dan awal 1960-an televisi juga mengalami titik jenuh. Pada tahun-tahun selanjutnya, media baru di tambahkan seperti videote, televisi kabel, dan sebagainya. Komunikasi massa menjadi satu hal yang penting dalam menjadi bagian kehidupan modern.

Abad komunikasi massa dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan munculnya internet sebagai bagian dari media massa. Internet telah mampu mengatasi ruang dan waktu proses penyebaran informasi di dunia ini. Internet kemudian diintegrasikan dengan media massa lain salah satunya televisi. Hal ini dapat terjadi karena kemampuan manusia yang terus melakukan

pengembangan, eksplorasi, dan penelitian demi kemajuan di bidang teknologi komunikasi massa. Salah satu media massa yang berkembang dengan cepat adalah televisi, saat ini kita dapat menyaksikan televisi dimana pun dan kapan pun, dengan bantuan internet, televisi ini dinamakan televisi online hanya dengan bermodalkan gadget dan tersambung dengan internet kita sudah bisa menyaksikan acara televisi yang kita inginkan, salah satu aplikasi yang dapat kita gunakan untuk menikmati televisi online adalah vidio.com yang didirikan oleh Adi Sariaastmaja sejak tahun 2014 dan dikelola oleh PT Kreatif Media Karya.

2. Aplikasi Vidio.com

Maraknya media sosial yang ada, membuat masyarakat ingin mengabadikan setiap moment mereka melalui foto dan video serta mem-*posting* foto atau video tersebut pada media sosial. Vidio.com sebuah video portal Indonesia, kini telah meluncurkan sebuah aplikasi berbasis video, dimanapun penggunanya bisa menonton dan mengunggah videosecara langsung dimanapun berada. Aplikasi ini dapat digunakan oleh para pengguna *smartphone* khususnya pengguna android.

Aplikasi vidio.com di dirikan oleh Adi Sariaatmadja sejak 1 oktober 2014, aplikasi vidio.com di kelola oleh PT Kreatif Media Karya, Pada aplikasi vidio.com terdapat beragam konten eksklusif yang dapat di tonton mulai dari vidio berita, cuplikan acara televisi, video music, hingga vidio lokal dari beberapa *content creator* di Indonesia, vidio.com terdiri dari beberapa

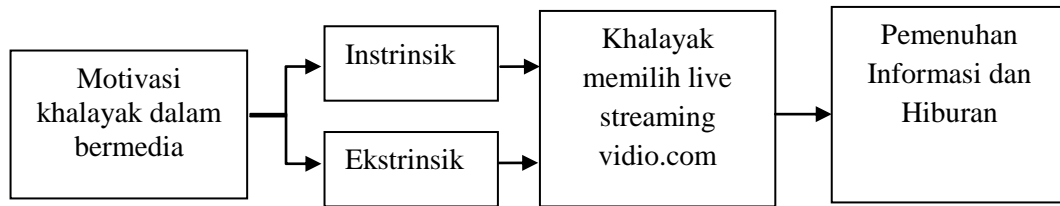
kategori seperti sinetron, TV series, film live streaming televisi, musik, teknologi, edukasi, kesehatan, kuliner, Dan lain-lain.



Gambar 1: logo vidio.com

2.4 Kerangka Pikir

Salah satu motivasi Menonton televisi di penengaruhi dari dua faktor yaitu Instrinsik dan Ekstrinsik, faktor instrinsik nya adalah untuk mengisi waktu luang, menghilangkan kejenuhan, memenuhi kebutuhan hiburan, sedangkan salah satu faktor ekstrinsik nya adalah agar tidak kehilangan informasi, Kebanyakan orang menonton televisi langsung dari televisi, untuk saat ini menonton televisi tidak perlu di televisi bisa juga di smartphone atau laptop. Televisi online merupakan salah satu media yang sedang populer pada saat ini, dengan televisi online kita dapat menyaksikan tayangan televisi dimanapun dan kapanpun hanya dengan menggunakan telepon genggam dan sambungan internet kita sudah dapat menyaksikan tayangan televisi, Aplikasi vidio.com yang buat oleh PT. Kreatif Media Karya, kita dapat menyaksikan langsung acara televisi yang kita mau, baik berita ataupun acara entertainment lainnya.



Bagan 1. Kerangka Pikir

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2005:7). Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Metode kualitatif deskriptif merupakan jenis metode yang paling banyak di pengaruhi oleh pandangan-pandangan kuantitatif. Perbedaannya dengan kuantitatif adalah hanya terletak pada pembahasan pembahasan dengan mendekati makna dan ketajaman analisis-logis dan juga dengan menjauhi statistik.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan hasil berupa kajian deskriptif, penelitian akan di lakukan terhadap penjaga toko di pusat pembelanjaan di Simpur Center Kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi vidio.com sebagai kebutuhan informasi dan hiburan. Peneliti kualitatif sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan

pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Chatherine Marshall:1995) dalam buku (Jonathan Sarwono, 2006:193).

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa penelitian kualitatif tersebut adalah proses, pemahaman, kompleksitas, interaksi, dan manusia. Proses dalam penelitian kualitatif dalam melakukan penelitian, peneliti berfokus pada proses dari pada hasil akhir. Karena proses memerlukan waktu dan kondisi yang berubah-ubah maka definisi riset ini akan berdampak pada desain riset dan cara-cara dalam melaksanakannya juga berubah-ubah bersifat fleksibel. Dalam pemahaman penelitian kualitatif hendaknya peneliti memahami permasalahan dari dalam konteks yang akan diteliti.

Kompleksitas memberikan gambaran bahwa sasaran yang diteliti bersifat kompleks, rumit dan saling terkait satu dengan yang lain sebagaimana karakteristik kehidupan sehari-hari, jadi dalam penelitian ini peneliti akan meneliti pedagang di Simpu Center kota Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi vidio.com, interaksi dengan peneliti dalam penelitian kualitatif sebaiknya selalu bertanya apakah masalah yang diteliti berkaitan dengan masalah lain atau kondisi lainnya. Sasaran utama penelitian kualitatif adalah manusia karena manusia adalah sumber masalah dan sekaligus penyelesai masalah. Tidak hanya itu penelitian kualitatif tidak hanya membatasi penelitian terhadap manusia saja, sasaran lain dapat berupa kejadian, sejarah, benda, dll.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pedagang di Simpur Center kota Bandar Lampung dalam menggunakan aplikasi vidio.com, yaitu motivasi intrinsik yang dari diri sendiri tanpa paksaan orang lain dan motivasi, ekstrinsik yang datang dari paksaan orang lain atau dari lingkungan sekitar. Kedua macam motivasi tersebut yang nantinya akan menyebabkan motivasi dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan melalui layanan aplikasi vidio.com, selain itu apakah pengguna aplikasi vidio.com merasa puas jika menonton tayangan di televisi online melalui aplikasi vidio.com

Indikator dalam fokus penelitian ini adalah:

1. Menonton tayangan televisi online untuk memenuhi kebutuhan informasi
2. Menonton tayangan televisi dapat memenuhi kebutuhan hiburan
3. Menonton tayangan televisi online dapat menyalurkan Hobi atau kesenangan
4. Menonton tayangan televisi online dapat mengisi waktu luang
5. Menonton tayangan televisi online merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan saat berada di rumah, jika di rumah menonton televisi memakai televisi, sedangkan pada saat menjaga toko menggunakan aplikasi vidio.com untuk menyaksikan acara televisi

Faktor sosiopsikologis

1. motif sosiogenis

- a. keinginan pengalaman baru dalam menonton televisi online di vidio.com
- b. keinginan untuk mendapatkan respon, dalam bergaul bersama teman atau orang-orang sekitar ketika mereka membicarakan sebuah kejadian di berita melalui TV
- c. keinginan akan pengakuan, dengan kita mengupdate berita di televisi kita akan di akui oleh orang-orang terdekat kita karena kita tidak ketinggalan acara berita di televisi
- d. motif harga diri, tidak mau harga diri di rendahkan oleh teman-teman kita karena kekurangan tentang informasi di televisi
- e. terdorong menggunakan aplikasi vidio.com dari orang sekitar
- f. pengaruh dari orang sekitar
- g. pengaruh karena acara televisi

3.4 Kriteria Informan

Dalam penelitian yang akan menjadi informan penelitian adalah, pria dan wanita, penjaga toko atau pedagang di pusat perbelanjaan Simpura Center Kota Bandar Lampung, pengguna aplikasi vidio.com baik pengguna lama atau pengguna baru.

3.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah di pusat perbelanjaan Simpura Center kota Bandar Lampung. Kenapa peneliti memilih pedagang di Simpura Center kota Bandar Lampung sebagai lokasi penelitian karena pedagang di Simpura Center kota Bandar Lampung merupakan masyarakat yang memiliki aktivitas yang cukup tinggi, jadi sangat jarang untuk menonton tayangan di televisi.

3.6 Sumber Data

Sutopo (2006:56) mengemukakan bahwa jenis data dikelompokkan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata sampai yang paling samar – samar dan mulai dari yang paling terlibat sampai dengan yang bersifat sekunder. Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah kata – kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti sumber data tertulis, adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer yang digunakan adalah berasal dari hasil wawancara. Sumber data ditulis atau direkam (Sutopo 2006:57). Wawancara dilakukan kepada informan yang telah ditentukan dengan menggunakan panduan wawancara mengenai motivasi penggunaan aplikasi vidio.com dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber – sumber yang ada (Sutopo, 2006:58). Data sekunder digunakan sebagai pendukung guna mencari data yang sebenarnya. Data sekunder juga

diperlukan untuk melengkapi informasi dalam rangka mencocokkan data yang diperoleh.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*). Data didapat dengan tanya jawab terhadap informan adalah untuk memperoleh gambaran yang akurat serta kelengkapan data kualitatif dari objek yang diteliti (Bungin,2000:22). Informan yang akan diwawancarai adalah pedagang Simpur Center masyarakat kota Bandar Lampung yang menonton televisi online di vidio.com

2. Dokumentasi

Merupakan pengambilan gambar dari aplikasi vidio.com acara apa saja yang sedang tayang, dan peneliti akan mengambil gambar jika ada pemberitahuan dari aplikasi vidio.com biasanya aplikasi vidio.com memberikan pemberitahuan 15 menit sebelum acara di mulai terutama pada acara sepak bola. Dan mendokumentasikan hasil kegiatan wawancara antara peneliti dan narasumber.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul melalui penelitian, kemudian penulis melakukan pengolahan data tersebut sesuai dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan (Suyanto dan Sutinah, 2011:27). Setelah data yang diperoleh dari

lapangan telah terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah mengolah data dengan teknik sebagai berikut :

Editing, yaitu cara yang digunakan untuk meneliti kembali data yang telah diperoleh dari lapangan baik diperoleh dari kuesioner, wawancara maupun dokumentasi.

1. *Tabulasi*, yaitu menyusun data ke dalam bentuk tabel yang telah diproses dan disusun ke dalam suatu pola tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibuat agar tersusun secara berurutan.
2. *Interpretasi*, yaitu memberikan penafsiran atau penjabaran hasil penelitian untuk dicari makna yang lebih luas dengan menghubungkan jawaban yang diperoleh dengan data lain.

3.9 Teknis Analisis Data

1. Tahap Reduksi Data

Peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.

Reduksi data (*data reduction*), dengan meringkas data kontak narasumber, pengkodean, pembuatan catatan objektif berupa klarifikasi dan mengedit jawaban secara faktual, membuat catatan refleksi peneliti, membuat catatan marginal untuk memisahkan komentar peneliti, penyimpanan data, membuat memo (konsep ide dan pengembangan pendapat), analisis antar lokasi, dan pembuatan ringkasan sementara antar lokasi (matriks).

2. Penyajian data (*data display*)

Miles dan Huberman (1984) memperkenalkan dua macam format, yaitu : diagram konteks (*context chart*) dan matriks. Peneliti akan menggunakan diagram konteks dan dijabarkan melalui teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing / verification*).

Dengan mengkonfirmasi makna setiap data yang diperoleh dengan menggunakan satu cara atau lebih, diharapkan peneliti memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.10 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi disini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. (Sugiyono: 2016: 273). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber, yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. (Sugiyono: 2016: 274).

Dalam penelitian ini juga menggunakan triangulasi metode dilakukan dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survey. Untuk

memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu peneliti bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut, triangulasi ini digunakan jika data atau informan yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

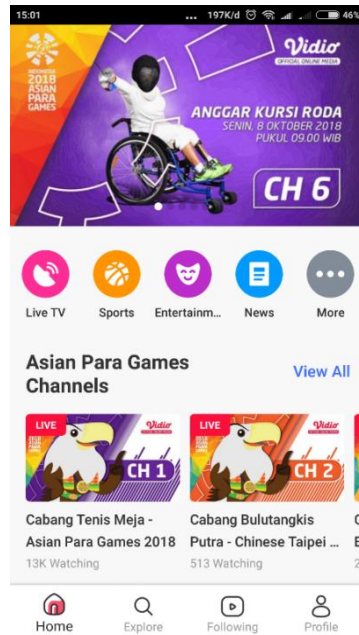
IV. GAMBARAN UMUM

4.1 VIDIO.COM

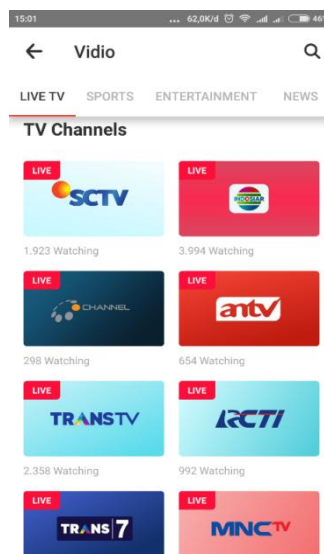
Vidio.com adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh PT VIDIO DOT COM pada 20 Oktober 2014. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Kelebihan vidio.com dibanding situs video berbagi lainnya yaitu selain merupakan konten UGC vidio.com juga memiliki konten yang diupdate dari internal.

User Generated Content (Isi Buatan Pengguna) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Untuk dapat mengunggah video di vidio.com, pengguna harus memiliki account di vidio.com. Sedangkan pengguna tak terdaftar hanya dapat menonton video dan share video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Pengguna juga sudah dapat menikmati (menonton & berbagi) vidio.com dalam versi mobile. Sistem automatic akan mengenali device yang digunakan. Unggah juga dapat dilakukan dalam versi mobile.



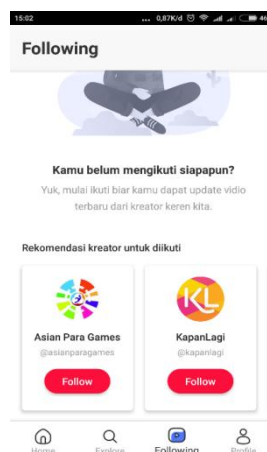
Gambar 3 : Gambar yang pertama merupakan tampilan menu beranda di menu beranda kita dapat memilih kategori yang ingin kita nonton seperti channel televisi, olahraga, entertainment, kartun anak, berita dan lain-lain,



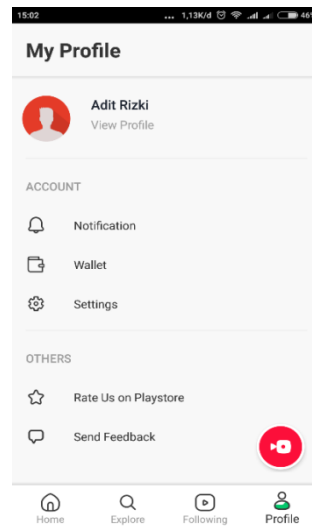
Gambar 4 : lalu pada gambar yang kedua merupakan gambar channel televisi online yang dapat kita tonton sehari-hari dimana pun dan kapanpun, tayangan televisi tersebut menggunakan jaringan internet ada beberapa tayangan televisi seperti TRANS 7, TRANS TV, RCTI, INDOSIAR, DII



Gambar 5 : *Explore*, kita dapat menyaksikan video yang sedang populer, dan tayangan ulang sinetron, atau ingin mencari video yang lainnya dapat di cari melalui alat pencarian



Gambar 6 : *Following*, di following kita dapat mengikuti akun para pengguna aplikasi video.com guna untuk memberitahukan video-video apa saja yang telah di unggah oleh oleh para *following* kita, ini bertujuan untuk kita agar tidak tertinggal informasi.



Gambar 7 : *My Profile*, merupakan bagian dari akun kita disini kita bisa mengisi data pribadi kita seperti nama, jenis kelamin, foto, tanggal lahir, lalu ada bagian *notification*, *notification* merupakan pemberitahuan untuk kita jika kita sudah melakukan *following* pada akun pengguna lain, lalu ada menu *setting* yang dapat kita gunakan untuk membersihkan data, lalu keluar dari akun, lalu kita menonton aplikasi Video.com menggunakan *wifi* atau data selular semua dapat di atur di bagian pengaturan



Gambar 8: Tayangan televisi online, di aplikasi video.com kita dapat menonton televisi dengan hanya menggunakan *smartphone* yang di sambungkan oleh internet.

4.2 Simpur Center

Mall Simpur Center Bandar Lampung adalah pusat perdagangan di Kota Bandar Lampung yang berdasarkan konsep ONE STOP SHOPPING dalam fasilitas komersial yang menyenangkan dan terletak di JL. Jendral Suprpto, No. 54 Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung 35213, Indonesia. Pada denah bangunan Mall Simpur Center terdapat lima lantai bangunan yang terdiri dari lantai dasar, lantai satu, lantai dua, lantai tiga, dan balkon yang masing-masing memiliki efasilitas diantaranya sebagai berikut:

- a. Fasilitas lantai dasar, sebagai pintu masuk, lahan parkir kendaraan beroda dua, dan juga sebagai pusat konter/toko penjual hand phone.
- b. Fasilitas lantai satu, terdapat pusat arena tempat bermain (Fun City), lalu terdapat konter/toko penjual barang fashion seperti pakaian, tas, sepatu, aksesoris, juga terdapat mini market (Chandra)
- c. Fasilitas lantai dua, di lantai dua juga terdapat pusat fashion seperti yang ada pada lantai satu, lahan bazar, food court, dan lahan untuk pameran barang maupun acara ajang-ajang bakat.
- d. Fasilitas lantai tiga, pada lantai tiga ini terdapat musholah dan sebagai pusat penjualan alat elektronik laptop, net book, beserta perlengkapannya dari berbagai macam brand, dikatakan bahwa Mall Simpur Center merupakan pusat terbesar perdagangan yang menjual alat elektronik

laptop, net book, dan perlengkapannya dibandingkan dengan beberapa mall yang ada dipusat ibukota Bandar Lampung.

- e. Lantai balkon/lantai paling atas, pada lahan balkon juga memiliki fasilitas yakni tempat karaoke keluarga (Simpur Star) dan lahan parkir untuk kendaraan beroda empat. dari banyaknya fasilitas yang disediakan oleh pihak pemsahaan Simpur Center wajar saja mall yang sangat strategis ini tidak pernah sepi pengunjung setiap harinya hal ini juga karena didukung harga saing yang ditawarkan dari setiap pedagang relatif lebih murah dibandingkan mall disekitarnya.



Gambar 9 : tampak depan Mall Simpur Center



Gambar 10 : logo simpur center

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data dalam penelitian ini maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi instrinsik yang paling berpengaruh adalah faktor pemenuhan kebutuhan diri yang meliputi kebutuhan hiburan, hobi dan kesenangan, dan memperoleh pengalaman baru, karena pada umumnya menonton televisi untuk mendapatkan hiburan yang diinginkan. Sedangkan faktor lain kurang berpengaruh seperti mengisi waktu luang, setiap narasumber mengisi waktu luang dengan cara yang berbeda.
2. Motivasi ekstrinsik yang paling berpengaruh adalah pengaruh acara favorit, handphone dan smartphone, hal ini dikarenakan mereka tidak ingin tertinggal acara favorit mereka dengan didukungnya smartphone yang baik dan provider yang murah semakin nyaman menggunakan aplikasi vidio.com, sedangkan yang kurang berpengaruh adalah faktor iklan Karena di mereka sudah mengunduh aplikasi vidio.com terlebih dahulu setelah di ajak oleh orang sekitar.

6.2 Saran

Saran untuk para penjaga toko, harus selalu mengakses informasi di manapun dan kapanpun karena di jaman yang sekarang ini mengakses informasi dapat di lakukan dengan mudah menonton televisi online vidio.com merupakan aplikasi streaming TV yang cukup baik dikelasnya dengan gambar yang bagus dan hanya memodalkan paket data kalian sudah bisa menyaksikan televisi dimana saja

Saran untuk aplikasi vidio.com selalu tingkatkan kualitas terbaik sehingga pengguna aplikasi vidio.com dapat di nikmati oleh banyak orang sehingga semua orang dapat mengakses hiburan dan informasi dapat melalui *smartphone*, sebaiknya aplikasi vidio.com dapat bekerja sama dengan provider indoensia lebih banyak lagi, sehingga dapat memudahkan penggunaan aplikasi vidio.com, selain itu penayangan untuk acara olahraga nasional maupun internasional lebih di perbanyak sehingga pengguna dapat menikmati siaran olahraga. Dan lebih banyak lagi dalam penayangan iklan vidio.com sehingga masyarakat tertarik untuk mengunduh aplikasi Vidio.com

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. Ed. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Isti Nurasih Wahyuni, 2013. *Komunikasi massa*. Graha Ilmu: Serang
- Jalaluddin Rakhmat, 2012. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Wawan Kuswandi. 1996, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Rineka Cipta: Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Nurudin, 2015, *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers: Jakarta
- Nurudin, 2011, *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali Pers: Jakarta
- Oemar Hamalik. 2010. *Konsep dan Makna Pembelajaran*. Alfabeta. Bandung
- Sardiman. 2011. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Shirley Biagi, 2010, *Media/Impact Pengantar Media Massa*, Salemba Humanika: Jakarta
- Sri Hastjarjo Ph.D, 2011, *New Media Teori dan Aplikasi*. Satya Wacana University Press Salatiga: Surakarta
- Suyanto, Bagong dan Satinah, 2015. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Sutopo, 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret Press: Surakarta.

Milles, M.B. and Huberman, M.A. 1984. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Fred Wibowo. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher: Yogyakarta

WEBSITE

m.mediaindonesia.com diakses pada tanggal 02/09/2018 15:00 WIB

[play store/vidio.com/Rate](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vidio) diakses pada tanggal 02/09/2018 14:45 WIB

<https://m.liputan6.com/amp/2314984/aplikasi-vidio.com-jadi-tempat-baru-untuk-nonton-video-seru> diakses pada tanggal 03/09/2018 13:45 WIB

<https://nasional.kompas.com/read/2012/06/28/16460343/kpi.jumah.jam.anak.menonton.tv.tinggi> di akses pada tanggal 16 Januari 2019 pukul 22;29

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36863728/Teori-Teori%20Motivasi___AKHMAD_SUDRAJAT__TENTANG_PENDIDIKAN.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTeori-Teori_Motivasi.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191024%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20191024T031941Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=a20a815e07455182a6b0893aa143bce3b5149e773a1f6b0a98430893a8ee00ed (diakses pada 15 Maret 2019, pukul 12:30 WIB)

SKRIPSI

Dian Sativa. 2010. *Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Study Korelasi Anatar Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.Com Dengan Pemenuhan Kebutuhan Inforasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 Fisip UNS)*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta

Renissa Ardine. 2016. Penggunaan YouTube dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Penggunaan YouTube pada Channel Dara Nitya terhadap Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi akan Tutorial Make Up di Kalangan Subscribers Channel YouTube Dara Nitya). Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta

Sarah Hutagaol. 2015. Pengaruh Isi Pesan *Tweet* @Metrotv Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untirta 2012-2014. Skripsi. Universitas Tirtayasa