

**ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN APLIKASI *SING! KARAOKE BY SMULE* OLEH ANGGOTA UKM PADUAN SUARA MAHASISWA
UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Yunita Damayanti



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

ABSTRAK

ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN APLIKASI *SING! KARAOKE BY SMULE* OLEH ANGGOTA UKM PADUAN SUARA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

Yunita Damayanti

Perkembangan informasi dan teknologi di era modern ini sangat berpengaruh dengan memanfaatkan kemajuan media sosial sebagai sarana memotivasi seseorang. Kemudahan menggunakan media sosial membuat pengguna memotivasi diri mereka untuk mengambil keuntungan dari media sosial khususnya aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* untuk mengembangkan potensi diri yang mereka miliki. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*. Teori yang digunakan adalah teori motivasi berprestasi MC Clelland dan teori motivasi hierarki kebutuhan Abraham Maslow.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dijelaskan dalam formulir uraian informasi, hal-hal yang sesuai dalam penelitian ini adalah kriteria informan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai sekelompok paduan suara mahasiswa Universitas Lampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi anggota Paduan Suara Mahasiswa dalam penggunaan aplikasi *Sing Karaoke by Smule* karena anggota Paduan Suara Mahasiswa membutuhkan tujuan realistis dan rencana di dalam mengembangkan bakat, mencapai kejuaraan dalam kompetisi dengan merencanakan latihan secara serius sehingga mereka mendapatkan hasil yang lebih baik, sedangkan dalam motivasi hierarki kebutuhan yang diperlukan adanya penghargaan dan aktualisasi diri pada anggota Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung, di mana penghargaan tersebut diraih dengan praktik dan tanggung jawab yang disiplin sehingga pencapaian tersebut dapat tercapai sementara aktualisasi diri menjadikan tujuan dalam ekspresi diri dan menyalurkan bakat menyanyi menjadi lebih berkualitas.

Kata Kunci: Motivasi, Media Sosial, Teori Motivasi Berprestasi Mc Clelland, Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow

ABSTRACT

ANALYSIS OF MOTIVATION FOR USE APPLICATION SING! KARAOKE BY SMULE UKM CHOIR MEMBERS BY UNIVERSITY STUDENTS LAMPUNG

By

Yunita Damayanti

The development of information and technology in this modern era is very influential by utilizing the advanced of social media as a mean of motivating someone. The ease of using social media makes the user motivates themselves to take advantage of social media especially Sing Karaoke app by Smule to develop the selfpotential that they have. The aim of this study is analyzing the UKM members of Lampung University Student Choir's motivation on using Sing! Karaoke app by Smule. The theory which were used are the MC Clelland's achievement motivation theory and the Abraham Maslow's needs hierarchy motivation theories.

This study used qualitative descriptive method that is explained in the information description forms, the accordance things in this study are the informant criterias. The data collection in this study was conducted by interviewing a group of Lampung University student choir.

The results showed that Choir Students motivation in using Sing Karaoke application by Smule for Choir Students because they need realistic interest and plans in developing talent, achieving a championship in competition by planning exercises seriously so that they get better results, while in the needs hierarchy motivation required the existence of choice and self-actualization in Choir Students Lampung University members, where awards were achieved with a disciplined practice and responsibility so that the achievement can be achieved while self-actualization makes the purpose in self-expression and channeling singing talent to be more qualified.

Keywords: *Motivation, Social Media, MC Clelland's Achievement Motivation Theories, Abraham Maslow's Needs Hierarchy Motivation Theories*

**ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN APLIKASI *SING! KARAOKE BY SMULE* OLEH ANGGOTA UKM PADUAN SUARA MAHASISWA
UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

Yunita Damayanti

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

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



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

Judul Skripsi : **ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN
APLIKASI *SING! KARAOKE BY SMULE*
OLEH ANGGOTA UKM PADUAN SUARA
MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Yunita Damayanti**

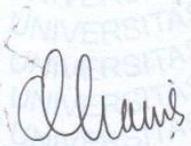
Nomor Pokok Mahasiswa : **1316031079**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



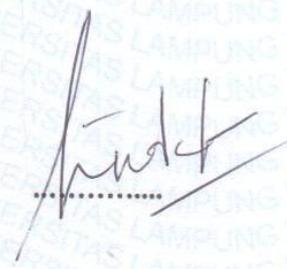
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Andi Windah, S.I.Kom., MComn& MediaSt.**



Penguji Utama : **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarief Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **29 Maret 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Damayanti
NPM : 1316031079
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Raden Fatah Gg. Satria 1 No.40 Kel. Kaliawi
Kec. Tanjung karang pusat
No.HP : 082281292158

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Motivasi Penggunaan Aplikasi Sing! Karaoke by Smule oleh Anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung** 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, 25 Maret 2019
Yang membuat pernyataan,



Yunita Damayanti
NPM. 1316031079

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Yunita Damayanti. Dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 30 juni 1995. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Bapak Mulyadi dan Ibu Roslaini. Pendidikan formal penulis dimulai di TK Aisyiah Bustanul dan selesai pada tahun 2001.

Penulis memasuki jenjang sekolah dasar pada SD N 1 Kaliawi dan selesai pada tahun 2007. Sekolah Menengah Pertama penulis lalui di SMP PGRI 1 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2010. dan melanjutkan pendidikan di SMA N 3 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui SNMPTN. Selama penulis menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota HMJ Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang *Broadcasting* periode kepengurusan 2014-2015. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Menggala, Kota Agung Timur, Tanggamus pada 2016 dan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kantor BKKBN Provinsi Lampung pada Oktober hingga November 2016.

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT sebagai apa yang hamba terima dari sebuah perjuangan panjang dan kupersembahkan karyaku ini untuk kedua orangtuaku ayah dan ibu yang senantiasa mendoakan anaknya menjadi orang yang sukses dunia akhirat, untuk kakakku tercinta Eka Rostanty dan Yudhi Agustiawan, juga untuk adikku tersayang Firmansyah Kotto. dosen dosenku yang selalu membimbing dan mengajariku hingga akhir. Dan sahabatku yang selalu menemani setiap perjalanan ini.

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”.

(Thomas Alva Edison)

“Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama”.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena bantuan, berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Motivasi Penggunaan Aplikasi Sing! Karaoke by Smule Oleh Anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Universita Lampung”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Dan dalam kesempatan ini, adalah sebuah penghargaan bagi penulis untuk dapat menyampaikan ungkapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan kepada kami. Maafkan hamba- Mu ini yang sering melakukan kesalahan dihadapan-Mu.
2. Ayah dan Ibuku tercinta. Terimakasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan untuk dapat menyemangati anakmu agar bisa selalu bersabar dalam menjalankan apa yang ada didepan mata.

3. Kedua kakakku Eka Rostanty dan Yudhi Agustiawan, serta Adikku Firmansyah Kotto. Terimakasih untuk segala doa dan dukungan semangat yang selalu kalian berikan.
4. Bapak Dr. Syarif Makhya, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M Comn & MediaSt selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
6. Ibu Wulan Suciska, S.Ikom., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung
7. Ibu Andi Windah, S.I.Kom.,MComn&MediaSt selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih bu atas bimbingannya selama ini, yang selalu sabar dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga atas semua saran, kritik membangun dan ilmu-ilmu yang diberikan untuk saya bu.
8. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku dosen pembahas skripsi, terimakasih atas semua saran dan masukan ibu, serta kebaikan ibu selama menjadi dosen pembahas saya.
9. Untuk Bapak, Ibu Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unversitas Lampung.
10. Buat wawan, yang selalu ada untuk menyemangati dan mendukung aku dalam menyelesaikan kewajiban aku dikampus, selalu sabar dalam mendengarkan keluh kesahku.
11. Terimakasih Kepada Para Pengurus dan Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung, sukses selalu dalam meraih

prestasi dibidang tarik suara baik didalam universitas, maupun diluar kegiatan universitas.

12. Buat semua teman – teman angkatan 2013 ilmu komunikasi, khususnya untuk Dwi meiningsih, Tantri Farida, Ni Komang Prihatin, Ulfa Ramadhani, Bang Ijal, Erika widiastuti, Febri, Bayu, Wiwing, Danu, Yelly, Ujong, Shinta El, Enny, Sukman, Tommy, Gyna, Shinta April, Ndah, Rizky Apriyani.
13. Buat kakakku, Kak Riri, Kak Marsha, kak Dindy, Kak Penyuk, Kak Riski, Kak Silvi, Kak Hana, Kak Shyntia dan adikku yohana, Suci, Hernita, Dela, Rendy, Muna, Andaru.

Bandar Lampung, 29 Maret 2019

Yunita Damayanti

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR BAGAN.....	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Motivasi	13
1. Konsep Dasar Motivasi.....	13
C. Tinjauan Tentang <i>New Media</i>	17
1. <i>Network Society</i> sebagai Bagian dari Internet	20
2. Media Sosial	23
3. Aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	25
D. Landasan Teori.....	34
1. Motivasi Berprestasi	34
2. Ciri-Ciri Individu Yang Memiliki Motivasi Berprestasi	36
3. Faktor - Faktor Penyebab Motivasi Berprestasi	38
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berprestasi.....	39
5. Aspek-aspek Motivasi Berprestasi.....	40
6. Mempertimbangkan Resiko.....	41
7. Teori Motivasi Berprestasi.....	43
8. Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow	47
E. Kerangka Pemikiran.....	49
III. METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	52
B. Pendekatan Penelitian	52
C. Fokus Penelitian.....	53
D. Sumber Data.....	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis	57
G. Teknik Keabsahan Data	58

IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
A. Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung	60
B. Gambaran Umum Media Baru dan Media Sosial	65
C. Gambaran Umum Aplikasi <i>Sing! Karaoke By Smule</i>	66
D. Kinerja Aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	68
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Informan	71
B. Hasil Penelitian	73
1. Motivasi Berprestasi Menurut Teori MC Clelland	77
2. Motivaasi Hirarki Kebutuhan Menurut Teori Abraham Moslow	79
C. Pembahasan	89
1. Pembahasan Tentang Motivasi Berprestasi	89
2. Pembahasan Tentang Motivasi Hierarki Kebutuhan	92
3. Motivasi dalam penggunaan aplikasi <i>sing karoke by smule</i> oleh anggota paduan suara Universitas Lampung	94
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel	
2.1 . Penelitian Terdahulu	11
5.1. Identitas Informan	71
5.2. Aspek Motivasi Berprestasi dalam tanggungjawab	73
5.3. Aspek Motivasi Berprestasi dalam Resiko	74
5.4. Aspek Motivasi Beprestasi dalam Tujuan Realistik	75
5.5. Aspek Motivasi Berprestasi dalam Rencana.....	76
5.6. Aspek Motivasi Berprestasi dalam Umpan Balik	78
5.7. Aspek Motivasi Kebutuhan Dalam Fisiologi.....	79
5.8. Aspek Motivasi Kebutuhan Dalam Rasa Aman.....	80
5.9. Aspek Motivasi Kebutuhan Dalam Sosial	81
5.10. Aspek Motivasi Kebutuhan Dalam Penghargaan	83
5.11. Aspek Motivasi Kebutuhan Dalam Aktualisasi Diri.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Fitur <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	7
2.1 Logo <i>Smule</i>	27
2.2 Aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i> dalam <i>Playstore</i>	28
2.3 Setting untuk akun aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	29
2.4 Jendela awal pengguna memasuki <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	29
2.5 Fitur duet <i>Sing! Karaoke by smule</i>	30
2.6 Memasuki fitur menyanyi duet	31
2.7 Skor menyanyi aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	32
2.8 Fitur membagikan setelah menyanyi	32
2.9 Lagu yang sudah dinyanyikan tersimpan di akun.	33
2.10 Piramida Kebutuhan Maslow	47
4.1 Efek Studio.....	67
4.2 Aplikasi <i>Play Store</i> dan aplikasi <i>sing! Karaoke by Smule</i>	69
4.3 Menu <i>Play Store</i>	70
4.4 Akun Pembayaran langganan aplikasi <i>Sing! Karaoke by Smule</i>	72

DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1 Kerangka Pemikiran.....	51
2 Struktur Organisasi Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung	64

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat terjadi, telah membawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi pun saat ini telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk tetap selalu terhubung kepada setiap orang diberbagai belahan dunia. Internet yang selain memungkinkan untuk transformasi elektronik, yang disebut dengan *new media*, juga dapat menghubungkan manusia diseluruh dunia, yaitu dalam proses interaksi. Itu sebabnya, proses interaksi melalui teknologi dengan media internet disebut dengan *interactive media*. Hal tersebut juga menjadikan perkembangan bagi proses komunikasi yang memungkinkan proses tersebut tidak selalu melalui tatap muka (*face to face*). Kegunaan utama internet seperti halnya ARPANET, yaitu "mengirim pesan email dalam bahasa sesungguhnya, antara seseorang dengan lainnya" (Burke, 2000: 380).

Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk

konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon (Bungin,2006: 135).

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan tanda like pada setiap postingan seseorang. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi *web 2.0* dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. *Web 2.0* menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network, forum internet, weblogs, sosial blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmarks* sosial (Lesmana, 2012:10)

Sebuah studi *University of Georgia* menunjukkan bahwa situs jaringan sosial online seperti Facebook mungkin menjadi alat yang berguna untuk mendeteksi apakah seseorang adalah seorang narsis. "Penemuan bahwa orang yang narsis menggunakan Facebook dalam mempromosikan diri dengan cara yang dapat diidentifikasi oleh orang lain," kata penulis utama Laura Buffardi, mahasiswa

program doktor dalam bidang psikologi yang turut menulis penelitian dengan associate professor W. Keith Campbell.

Dalam penggunaan media sosial, tentu seseorang memiliki berbagai motivasi. Untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, maupun untuk berbagi informasi. Bagi orang-orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana menjaga silaturahmi, biasanya akan memilih media sosial yang bersifat privat saja semisal *Line*, *Blackberry Messenger*, *WhatsApp*, *Path* atau yang lainnya. Kalaupun dia masuk ke media yang terbuka seperti *facebook* dan *twitter* maka mereka hanya akan menjadi penonton dan pembaca yang baik dan melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial.

Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak. Berdasarkan pada kata dasarnya motif, motivasi yang ada pada seseorang merupakan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuannya (Hasibuan, 2010:92). Motivasi diartikan juga sebagai suatu kekuatan sumber daya yang menggerakkan dan mengendalikan perilaku manusia. Motivasi sebagai upaya yang dapat memberikan dorongan kepada seseorang untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki, sedangkan motif sebagai daya gerak seseorang untuk berbuat, karena perilaku seseorang cenderung berorientasi pada tujuan dan didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu.

Kedudukan motivasi sejajar dengan isi jiwa sebagai cipta (kognisi), karsa (konasi), dan rasa (emosi) yang merupakan tridaya. Apabila cipta, karsa dan rasa

yang melekat pada diri seseorang, dikombinasikan terhadap motivasi, dapat menjadi catur daya atau empat dorongan kekuatan yang dapat mengarahkan individu mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan. Uno, (2003:15) mengungkapkan bahwa motivasi merupakan dorongan dan kekuatan dalam diri seseorang untuk melakukan tujuan tertentu yang ingin dicapainya.

Motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang di hadapinya. Karena itulah terdapat perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghadapi situasi tertentu dibandingkan dengan orang lain yang menghadapi situasi yang sama. Bahkan seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam menghadapi situasi yang berbeda dan dalam waktu yang berlainan pula. Apabila berbicara mengenai motivasi salah satu hal yang amat penting untuk diperhatikan adalah bahwa tingkat motivasi berbeda antara seorang dengan orang lain dan diri seorang pada waktu yang berlainan (Siagian, 2004:137)

Motivasi berasal dari kata Latin '*movere*' (*to move*). Motivasi merupakan proses dimana sebuah perilaku tetap terjaga dan terus dilakukan untuk mencapai tujuan (depdikbud.kbbi.co.id/Motivasi). Hal ini berarti motivasi lebih dari sekadar hasil tapi merupakan proses. Sebagai sebuah proses, motivasi tidak diketahui dengan cara mengamati secara langsung namun mengambil kesimpulan dari tingkah laku dan ucapan. Dalam tingkah laku termotivasi terdapat sebuah tujuan yang memberikan daya dorong dan arah bagi perilaku. Tujuan tidak akan tetap untuk selamanya akan tetapi dapat berubah-ubah seiring bertambahnya pengalaman

seseorang. Namun yang paling penting adalah seseorang menyadari adanya suatu hal yang ingin dituju atau dihindari.

Pendapat serupa diungkapkan oleh Fieldman (2009: 289) motivasi merupakan faktor yang mengarahkan dan memberi energi bagi perilaku manusia atau makhluk hidup lainnya. Pendapat Fieldman meluaskan konsep motivasi bukan hanya untuk manusia tapi juga organisme atau makhluk hidup lainnya. Namun tetap sama seperti pendapat Schunk, dkk bahwa motivasi memberi arah dan energi bagi perilaku. Pendapat Schunk, dkk, dan Fieldman juga serupa dengan pendapat Lahey. Lahey (2007:365) mengartikan motivasi sebagai sebuah istilah yang mengacu pada keadaan dalam diri individu yang menggerakkan dan memberikan tujuan kepada pikiran kita.

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Ardiyanto, 2005: 87). Motivasi adalah sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.

Dalam definisi tersebut motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi

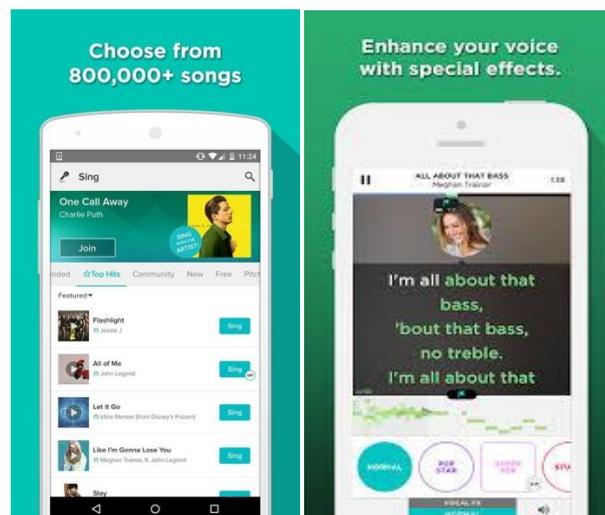
terhadap media yang dilakukan oleh khalayak disesuaikan dengan kebutuhan dan motif.

Sementara itu dalam menggunakan media sosial, seseorang memiliki motif atau alasan yang menyebabkan dia menggunakan media sosial. Dalam menggunakan media, motif yang dalam hal ini merupakan motivasi berasal dari faktor luar atau ekstrinsik, dan faktor dari dalam atau pun intrinsik. Motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar seperti ajakan, suruhan atau paksaan dari orang lain sehingga seseorang mau untuk melakukan sesuatu (Sardiman, 2012: 87-89).

Dalam penelitian yang akan disusun ini, peneliti memutuskan untuk menjadikan *Sing! Karaoke by Smule* sebagai obyek penelitian media sosial yang diteliti. *Smule* adalah aplikasi media sosial dimana penggunaanya dapat melakukan *live streaming* atau pertunjukan langsung dimana mereka akan memilih lagu untuk karaoke dan dapat dilihat oleh pengguna lainnya. (<http://smule.com/>, diakses pada 25 Februari 2017 Pukul 16.30)

Adapun obyek penelitian dalam penelitian ini yaitu, *Sing! Karaoke by Smule* adalah aplikasi yang tak lain diciptakan oleh pengembang bernama *Smule* dan memulai debutnya pada 8 Agustus 2012 di *App Store*. Bagi *Smule* aplikasi ini merupakan proyek paling sukses yang menghantarkan *Smule* ke posisi yang sekarang. Pemilihan obyek penelitian ini dikarenakan *Smule* merupakan media

yang paling sering digunakan oleh subyek penelitian, yaitu Anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Unila dalam menyalurkan hobi mereka dalam hal bernyanyi. Cara mereka mengaksesnya adalah dengan mengunduhnya di aplikasi *Play Store* untuk perangkat *Android*, dan di aplikasi *AppStore* di perangkat *Ios*. Berikut peneliti sajikan tampilan tatap muka aplikasi *Sing! Karaoke By Smule*.



Gambar 1. Fitur *Sing! Karaoke by Smule*
Sumber Gambar Dokumentasi Peneliti

Di dalamnya terdapat berbagai kategori musik seperti pop, metal, rock, klasik dan lain-lain atau pilihan kategori berdasarkan artis dan negara. *Sing!* mempunyai sistem rekomendasi yang didasarkan pada preferensi masing-masing pengguna.

Seperti yang sudah disinggung di atas, *Sing! Karaoke by Smule* juga menawarkan *platform* unik di mana pengguna dapat terhubung ke jaringan komunitas *Smule*. Di sana pengguna dapat saling berinteraksi lewat suara dan menyanyikan lagu bersama anggota komunitas yang menyukai lagu tertentu.

(<https://dailysocial.id/post/apa-itu-sing-karaoke-by-smule-dan-bagaimana-cara-menggunakannya/>, diakses pada 24 Februari 2017 Pukul 19.45)

Berkaitan dengan permasalahan yang dijabarkan sebelumnya tentang media sosial. Terutama motivasi penggunaan media sosial sebagai media penyaluran minat dan bakat bagi seseorang, maka disini penulis ingin melakukan penelitian yang mengangkat permasalahan tentang motivasi penggunaan media khususnya media sosial. Dalam penelitian ini peneliti memilih subjek penelitian yakni anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung.

Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung merupakan sebuah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dalam bidang tarik suara yang telah banyak mengukir prestasi di tingkat nasional maupun internasional dan telah membawa nama baik Provinsi Lampung. Paduan Suara Universitas Lampung resmi berdiri pada tanggal 23 Mei 2003. Beranggotakan para mahasiswa Universitas Lampung dari berbagai fakultas. Kegiatan PSM Unila diantaranya yaitu: Mengisi acara internal kampus seperti saat wisuda, pengukuhan guru besar, seminar, dan upacara penerimaan mahasiswa baru di Universitas Lampung. (Profil PSM Universitas Lampung. <http://psm.unila.ac.id/>, diakses pada 18 Maret 2017 Pukul 17.30).

Alasan peneliti menjadikan Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung sebagai subjek penelitian yaitu karena sebelumnya peneliti sudah melakukan pra-riset kepada sekelompok anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung tentang penggunaan aplikasi *Smule*. Respon yang didapat penulis menunjukkan dari 40 orang anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung, diketahui lebih dari 10 orang di organisasi tersebut aktif menggunakan *Smule* dalam mengeskpresikan jiwa muda mereka. Peneliti berharap penelitian ini dapat merepresentasikan penggunaan media

sosial, khususnya penggunaan media social aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* pada anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin mengangkat sebuah penelitian dengan judul “**Analisis Motivasi Penggunaan Aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* oleh Anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung**”

B. Rumusan Masalah

Peneliti telah merumuskan masalah yang akan dijawab melalui penelitian ini, rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimanakah motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah:

Menganalisis motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis:

1. Diharapkan penelitian ini nantinya akan berguna untuk memperluas khasanah wawasan dan mengembangkan pengetahuan tentang motivasi khalayak dalam mengakses internet khususnya yang berbasis aplikasi.

2. Hasil penelitian ini dapat berguna dalam memperluas khasanah wawasan dan mengembangkan pengetahuan tentang media baru dalam hal aplikasi media sosial yang digunakan sebagai motivasi penggunaannya.
3. Hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan referensi bagi penelitian pada minat media sosial buat tahun dan variabel lainnya .

Manfaat praktis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menyalurkan masukan bagi lembaga-lembaga pemerintahan maupun universitas yang berkaitan dengan manfaat media khususnya media sosial untuk keperluan pemberdayaan masyarakat maupun khalayak publik.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat, menjadi sumber atau bahan rujukan bagi para peneliti nantinya yang akan meneliti tentang motivasi khalayak dalam mengakses internet khususnya yang berbasis aplikasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, penulis mengadopsi dan mengangkat tema tentang penggunaan media sosial, namun tidak semua elemen dikaji sama dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan paling mendasar antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dimana perbedaan penggunaan subjek penelitian yang diambil, hal ini dilakukan agar tidak terjadi *plagiatisme* pada penelitian yang dilakukan.

Terdapat penelitian terdahulu yang dapat relevan dan mendukung penelitian ini, yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Aspek Penelitian	Keterangan
1	Judul	Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)
	Peneliti	Alboin Leonard P.S, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Penelitian menunjukkan bahwa media sosial mempunyai andil tersendiri pada upaya eksistensi diri pada seseorang. Mahasiswa dalam hal ini menggunakan media sosial sebagai media atau wadah dalam mendapatkan pengakuan dari orang lain.
	Perbedaan	Berbeda dengan penelitian yang di lakukan oleh peneliti. Fokus penelitian ini yaitu penggunaan

No	Aspek Penelitian	Keterangan
		media sosial sebagai alat motivasi diridengan subyek penelitian yaitu anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Unila
	Kontribusi	Kontribusi penelitian ini untuk penelitian penulis yaitu memberikan kajian mengenai penggunaan media baru dalam hal ini media sosial
2	Judul	Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan <i>Brand Attachment</i>
	Peneliti	Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Dalam tesis ini, media sosial diteliti sebagai media yang berpengaruh dalam pembentukan <i>Brand Attachment</i> . XL Axiata dalam hal ini sebagai perusahaan memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan <i>brand</i> mereka kepada khalayak luas.
	Perbedaan	Penelitian ini lebih meneliti manfaat media sosial dalam hal pemasaran atau <i>marketing</i> , sedangkan penelitian yang disusun peneliti adalah penggunaan media social
	Kontribusi	Kontribusi yaitu memberikan pengertian tentang penggunaan media social oleh suatu objek.
3	Judul	Motif Orang Tua Mengunggah Foto Dan Video Anak Pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Orang Tua Selebgram Cilik)
	Peneliti	Arum Nilasari (Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung 2017)
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Penelitian menunjukkan bahwa media sosial instragram mempunyai andil tersendiri pada upaya mengunggah foto dan Video anak pada media sosial instragram
	Perbedaan	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Penelitian ini menggambarkan bagaimana motif orang tua mengunggah foto dan video anak dalam media sosial Instagram menggunakan teori kebutuhan Maslow. Sedangkan peneliti mengambil objek motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung dalam aplikasi <i>sing! Karoke by Smule</i>
	Kontribusi	Penelitian ini mempunyai kontribusi yang penting bagi penulis karena dapat menjadi referensi penelitian tentang metode penggunaan aplikasi <i>sing! Karoke by Smule</i> yang spenulis teliti

Sumber: Skripsi Alboin Leonard P.S Universitas Sebelas Maret, dan Tesis Gusti Ngurah Aditya Lesmana Universitas Indonesia) <http://digilib.unila.ac.id>

B. Motivasi

1. Konsep Dasar Motivasi

Secara etimologis, motivasi berasal dari kata Latin '*movere*' (*to move*). Motivasi merupakan proses dimana sebuah perilaku tetap terjaga dan terus dilakukan untuk mencapai tujuan (depdikbud.kbbi.co.id/Motivasi). Hal ini berarti motivasi lebih dari sekadar hasil tapi merupakan proses. Sebagai sebuah proses, motivasi tidak diketahui dengan cara mengamati secara langsung namun mengambil kesimpulan dari tingkah laku dan ucapan. Dalam tingkah laku termotivasi terdapat sebuah tujuan yang memberikan daya dorong dan arah bagi perilaku. Tujuan tidak akan tetap untuk selamanya akan tetapi dapat berubah-ubah seiring bertambahnya pengalaman seseorang. Namun yang paling penting adalah seseorang menyadari adanya suatu hal yang ingin dituju atau dihindari.

Motivasi adalah pendorongan suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu. Pengertian motivasi, yaitu: suatu tenaga atau faktor yang terdapat di dalam diri manusia, yang menimbulkan, mengarahkan dan mengorganisasikan tingkah lakunya, (Martin Handoko, 1992: 9). Dengan demikian motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya, (Hamzah B.Uno, 2008: 3).

1.1 Motivasi Menurut Sifat

Sardiman A.M, (2012: 87-89) mengungkapkan, dilihat menurut sifatnya, motivasi dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Orang yang tingkah lakunya telah mencapai hasil tingkah laku itu sendiri. Misalnya, seorang mahasiswa mempunyai media sosial Instagram. Hal itu Ia lakukan bukan karena dorongan dari teman-temannya untuk mempunyai media sosial tersebut, tapi dari dorongan pribadinya sendiri untuk membantunya lebih mengenal orang banyak.

b. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar seperti ajakan, suruhan atau paksaan dari orang lain sehingga seseorang mau untuk melakukan sesuatu. Misalnya seorang mahasiswa membuat media sosial Instagram. Hal itu Ia lakukan semata mengikuti teman-temannya yang telah mengetahui media sosial tersebut terlebih dahulu dan hanya sekedar agar tidak dianggap 'tidak bergaul' oleh teman-temannya.

Berdasarkan komponen diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi memiliki beberapa jenis dan juga mengandung komponen, antara lain menggerakkan, mengarahkan, dan menopang atau menjaga tingkah laku. Pada dasarnya motivasi itu dapat muncul dari diri sendiri maupun dari orang lain, sehingga para individu mampu meningkatkan motivasinya dan bisa karena dirinya sendiri maupun dari orang lain.

1.2 Motivasi Menurut Jenis

Sardiman (2012: 87-89) mengungkapkan, dilihat menurut jenisnya, motivasi dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Motivasi Primer

Motivasi yang didasarkan pada motif-motif. Motif-motif dasar tersebut umumnya berasal dari segi biologis atau jasmani manusia yang dibawa sejak lahir. Jadi motivasi itu ada tanpa dipelajari. Contohnya : dorongan untuk makan, dorongan untuk minum dan dorongan seksual. Motif-motif ini seringkali disebut motif-motif yang diisyaratkan secara biologis.

b. Motivasi Sekunder

Motivasi yang timbulnya karena dipelajari. Motif-motif yang dipelajari maksudnya motif-motif yang timbulnya karena dipelajari. Contohnya : dorongan untuk belajar suatu cabang ilmu pengetahuan. Motif-motif sering diisyaratkan secara sosial. Sebab manusia hidup dalam lingkungan sosial dengan manusia lainnya, sehingga motivasi itu terbentuk.

1.3 Jenis Jenis Motivasi

Motivasi dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya. Ada jenis motivasi yang terjadi karena keinginan seseorang yang ingin mendapatkan sesuatu. Jenis motivasi lain yaitu motivasi yang yang terjadi karena seseorang tersebut ingin mengejar target yang telah ditentukan agar berhasil sesuai dengan apa yang diharapkan. Biggs dan Telfer dalam Sugihartono, dkk (2007: 78) menjelaskan jenis-jenis motivasi belajar dapat dibedakan menjadi empat macam, antara lain: (1). Motivasi instrumental; (2). Motivasi sosial, peserta

didik belajar untuk penyelenggarakan tugas; (3). Motivasi berprestasi; (4) Motivasi instrinsik

Motivasi Instrumental merupakan dorongan yang membuat peserta didik belajar karena ingin mendapatkan hadiah. Motivasi sosial menjadikan peserta didik lebih terlibat dalam tugas. Peserta didik belajar untuk meraih keberhasilan yang telah ditentukan, karena peserta didik memiliki motivasi berprestasi, dan peserta didik memiliki rasa ingin belajar dengan keinginannya sendiri karena mendapatkan dorongan dari motivasi instrinsik. Ngilim Purwanto (2003: 72) menyebutkan bahwa motivasi mengandung tiga komponen pokok (“(1) Menggerakkan;(2) Motivasi juga mengarahkan atau menyalurkan tingkah laku;(3) Menopang dan menjaga tingkah laku”).

Berdasarkan komponen diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar memiliki beberapa jenis dan juga mengandung komponen, antara lain menggerakkan, mengarahkan, dan menopang atau menjaga tingkah laku. Pada dasarnya motivasi itu dapat muncul dari diri sendiri maupun dari orang lain, sehingga para siswa mampu meningkatkan motivasi belajarnya bisa karena dirinya sendiri maupun dari orang lain

1.4 Fungsi Motivasi

Motivasi memiliki fungsi bagi seseorang, karena motivasi dapat menjadikan seseorang mengalami perubahan kearah yang lebih baik. Motivasi juga dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.

Menurut Sardiman (2007: 85) motivasi akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, karena motivasi memiliki fungsi seperti:

“(1) mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan; (2) menentukan arah perbuatan, yakni kearah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan 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 lagi bagi tujuan tersebut.”

Oemar Hamalik (2004: 175) menjelaskan fungsi motivasi antara lain : mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan. Perbuatan belajar akan terjadi apabila seseorang tersebut memiliki motivasi, sebagai pengarah, artinya dapat menjadi jalan agar mampu menuju arah yang ingin dicapai, sebagai penggerak, berfungsi sebagai mesin bagi mobil. Besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan.

Berdasarkan fungsi motivasi diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi motivasi adalah memberikan arah dalam meraih apa yang diinginkan, menentukan sikap atau tingkah laku yang akan dilakukan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan juga sebagai mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas.

C. Tinjauan Tentang *New Media*

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam (McQuail, 2011:43).

Media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3).

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, *online social network*, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. (Andi Windah, 2017. Jurnal Sosiologi, Vol. 19, No. 1: 53-63 5).

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan *spektrum* dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media sosial seperti Facebook, Twitter dan Path merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online* media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara *online*. (Nasrullah,2015:21)

Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam

menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain. Melalui media sosial aktivitas-aktivitas pengungkapan diri dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinan komunikasi antarpribadi dari tahapan *orientation* menuju *stabel exchange* bisa berjalan dengan intensif. Meskipun dampak negatif dari pemakaian media sosial juga tidak bisa dihindari. (Nasrullah, 2015:22)

Dalam catatan McQuail, ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

Dalam catatan McQuail, ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan)
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media “*gateway*”, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada web
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media

McQuail juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu *Interactivity* (Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber atau pengirim), *Socialbility* (Dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium), *Media Richnes* (Media baru dapat menjadi jembatan antara perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal), *Autonomy* (Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap

sumber), *Playfulness* (Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan), *Privacy* (Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih), *Personalization* (Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik). (McQuail, 2010:141)

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif. Media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, *PC* maupun *Notebook*) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan. Sementara menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.

1. *Network Society* sebagai Bagian dari Internet

New Media atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi,

berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang *complex* dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*). Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja.

Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, *Second Life* dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara

nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009:686).

Salah satu bagian dari new media adalah “*Network Society*”. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Menurut R Cahyo Prabowo (dalam Ruben, 1998:110) mengenai media baru/*new media/media online* adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/*new media/ media online* sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di samakan dengan media konvensional (<http://media.kompasiana.com/media-online-dan-perkembangannya-di-era-digital>).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan,

isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya *Jurnalisme Kontemporer*, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setyani, 2013:5).

2. Media Sosial

Adanya Media sosial menjadi salah satu jenis media dalam berkomunikasi yang lebih efektif. Pada media sosial ini pengguna bisa mencari teman, saling berinteraksi, bertukar pendapat, berbagi komentar, mengirim file, berbagi informasi dan lain sebagainya (Santoso, 2013: 16). Media sosial mempermudah manusia untuk berkomunikasi dan berbagi segala jenis data seperti; foto, video atau jenis data lainnya. Media sosial turut menyebabkan perubahan pada media

massa. Hal ini dapat dilihat dari esensi isi pesan media sosial yang bersifat personal dan privat berada pada media global

Situs media sosial mempunyai banyak bentuk seperti *blog*, *microblog* (*Twitter*), jejaring sosial (*Facebook* dan *LinkedIn*), situs *media-sharing* (*Youtube*, *Flickr*, *Slideshare*), situs *social bookmark* dan *voting*, situs review (*Yelp*), forum dan dunia virtual (*Second Life*). Tentunya setiap bentuk situs media sosial memiliki karakteristik dan kelebihan masing-masing, misalnya *Twitter* menonjolkan percakapan interaktif dalam pesan *text* yang disebut *tweet*, *Facebook* menonjolkan jaringan relasi pertemanan, *youtube* menonjolkan *database* dan *sharing* video serta *Second Life* menonjolkan dunia *virtual 3D* dimana setiap orang dapat melakukan aktivitas harian layaknya di kehidupan nyata. (Nasrullah, 2015:16) komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal.(Nasrullah, 2015:27)

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan *jaringan* internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya (Nasrullah ,2015:18). Menurut Antony Mayfield dalam Nasrullah (2015:25) mengatakan bahwa :

“Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding”

Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Jika dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, maka dengan menggunakan media sosial bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apapun yang ditulis atau disajikan orang lain yang artinya terjalin komunikasi dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena adanya ketertarikana yang sama akan suatu hal. (Nasrullah ,2015:27).

3. Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

Aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk berkaraoke kapan pun dan di mana pun pengguna inginkan. Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* bisa diakses melalui laptop maupun handphone pengguna. Cukup dengan mendownload aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* di *appstore* maupun *playstore*. Aplikasi *Sing! Karaoke by smule* menyediakan banyak sekali lagu yang dapat dinyanyikan. Seperti lagu dari Rihanna, Demi Lovato, Lady Gaga, Bruno Mars, dan masih banyak lagi lagu dari penyanyi ternama lainnya.

Pengguna dapat memilih bernyanyi secara solo atau bergabung dalam festival karaoke dengan teman-teman dari seluruh dunia secara gratis. Apapun yang

Pengguna pilih, cara memainkannya tetap sama. Lirik lagu yang pengguna pilih akan disediakan pada layar dengan indikator nada di bawahnya. Seperti pada game sejenis, *Tap Tap Revenge*, yang juga mengharuskan pengguna untuk mengikuti indikator musik agar dapat memenangkan permainan. Kali ini tidak menggunakan jari, namun suara pengguna.

Aplikasi ini akan memberi tahu kapan pengguna harus mulai bernyanyi serta tinggi rendah nada seperti yang terlihat pada indikator nada. Nilai akan diraih selama pengguna bernyanyi. Namun, tidak perlu khawatir, karena nada yang tidak tepat pun akan terdengar baik dengan adanya efek suara dalam aplikasi ini. Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* juga memberikan efek suara lain seperti *Supa Tune* untuk menjaga agar *pitch* pengguna tetap terkontrol, serta *Pop Star* dan *Vintage* yang dapat pengguna mainkan. Setiap selesai bernyanyi, suara pengguna akan diunggah ke dalam komunitas *game* melalui aplikasi ini, sehingga orang lain dapat bergabung untuk mendengarkan suara indah pengguna. Pada aplikasi ini pengguna juga dapat mengunduh lagu yang telah pengguna nyanyikan tersebut.

Sing! Karaoke by Smule merupakan aplikasi mobile buatan pengembang mobile game asal Amerika yang didirikan oleh Jeff Smith dan Ge Wang sejak tahun 2008 dan berkantor pusat di San Fransisco. Perusahaan ini menciptakan aplikasi khusus musik karaoke yang dibentuk menjadi sosial media untuk *IOS*, *Android*, dan *Kindle Fire* dikutip dari situs (loop, 2015).

Karaoke sing by Smule (selajutnya akan disebut *Smule*) mempunyai banyak koleksi lagu yang lengkap dan terbagi menjadi beberapa kategori genre. Aplikasi karaoke ini memiliki fitur perekam suara, efek audio, kolaborasi dengan artis, chat

atau message, dan rekaman video. Pengguna dapat membagikan hasil rekamannya ke orang lain dengan mengirimkan link yang terintegrasi langsung dengan halaman *Smule*. Selain itu, pengguna juga dapat mengikuti program tantangan bernyanyi yang diberikan oleh aplikasi ini dengan tema yang berbeda setiap minggunya. Bagi pengguna yang rekaman karaokenya terpilih akan dimuat dihalaman *Smulepicks*.



Gambar 2.1 Logo Smule

Jika ingin mempunyai akun dan mendaftar di aplikasi *Smule*, pengguna akan menerima satu lagu gratis. Lalu pengguna juga dapat membeli paket VIP untuk menikmati fitur *open call*. Bagi pengguna non-VIP dapat bernyanyi dengan *open call* yang dilakukan pengguna lain. Cara karaoke menggunakan *Smule* yaitu dengan membuka aplikasi *Smule*, pilih lagu yang disediakan didalamnya dengan beberapa kategori lagu lalu tekan lagu tersebut, pilih salah menu tipe karaokenya lalu tekan dan mulai bernyanyi dengan melihat lirik dilayar smartphone. Pengguna disarankan menggunakan headphone. Di *smule* pada saat pengguna berkaraoke, tampilan menu tersebut terdapat frekuensi suara pengguna itu sendiri saat bernyanyi dengan beberapa efek rekamannya. Pengguna dapat memilih efek rekaman yang tersedia dalam layar *Smule* tersebut.

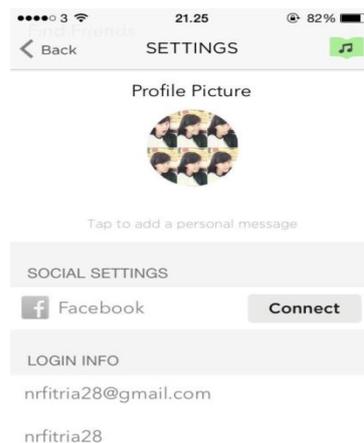


Gambar 2.2 Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* dalam *Playstore*

Smule menyediakan beberapa pilihan lagu karaoke dalam menu bar yang terletak dibawahnya yaitu *Feed*, *Listen*, *Sing*, *Notification*, *Home Profile* pengguna *Smule*. Pertama yaitu menu *Feed* yang berisi *timeline* pengguna *Smule* yang baru mengupdate rekaman karaoke, di menu ini pengunjung dapat melihat, mendengarkan, atau bergabung dengan rekaman karaoke orang lain. Dengan menu *Listen*, pengunjung atau pengguna dapat mendengarkan rekaman orang lain diseluruh dunia yang telah direkam di aplikasinya.

Di *Smule* pengunjung dapat bernyanyi secara solo, duet, atau grup dengan ribuan kategori lagu. Untuk undangan bernyanyi dengan orang lain, komentar rekaman karaoke dapat diakses melalui menu *Notifications*. Pada menu *Home Profile* terdapat foto profil, kumpulan rekaman karaoke pengguna Aplikasi *Sing! Karaoke by smule*, jumlah *follower* dan *following* pengguna *Smule*.

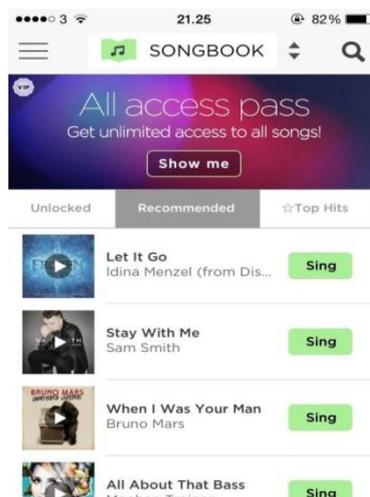
Untuk bergabung dengan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* ini sama seperti bergabung dengan media sosial lainnya, yaitu pengguna harus memiliki alamat e-mail terlebih dahulu. *Smule* ini dapat terhubung juga dengan media sosial Facebook untuk menemukan teman baru maupun lama pengguna yang bergabung juga dalam media sosial *Smule*



Gambar 2.3 Setting untuk akun aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

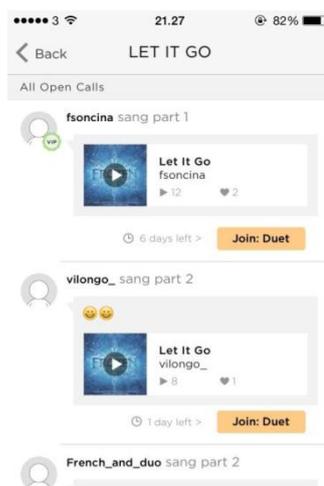
Gambar di atas *merupakan* setting untuk akun aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* pengguna. Pada jendela *setting* terdapat :

1. *Profile picture* yang menggambarkan foto profil pengguna agar orang dapat mengenali wajah pengguna.
2. *Login info* untuk tersambung dengan e-mail yang pengguna masukkan.
3. *Social setting* untuk tersambung dengan media sosial lainnya, agar pengguna dapat menemukan teman pengguna yang bergabung juga di aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* ini



Gambar 2.4 Jendela awal pengguna memasuki *Sing! Karaoke by Smule*

Gambar di atas merupakan jendela awal pengguna memasuki aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*. Terdapat recommended lagu-lagu yang pengguna bisa pilih disini. Bila pengguna ingin menyanyikan lagu tersebut maka klik *Sing* pada lagu yang pengguna inginkan. Dari lagu-lagu yang sudah pengguna pilih di menu, pengguna kemudian akan diberikan pilihan apakah pengguna ingin menyanyikannya secara sendirian (solo), duet, atau group. Mode solo hanya bisa pengguna lakukan apabila pengguna sudah menjadi VIP member atau dengan cara kedua yaitu membeli lagu tersebut. Kedua cara tersebut bisa ditempuh dengan pembelian. Untuk pengguna yang tidak ingin mengeluarkan uang, pengguna harus berduet atau group dengan orang lain.



Gambar 2.5 Fitur duet *Sing! Karaoke by smule*.

Disini pengguna dapat memilih bersama siapa pengguna akan bernyanyi. Bila pengguna sudah menemukan teman untuk bergabung bernyanyi bersama maka klik *Join: Duet*.

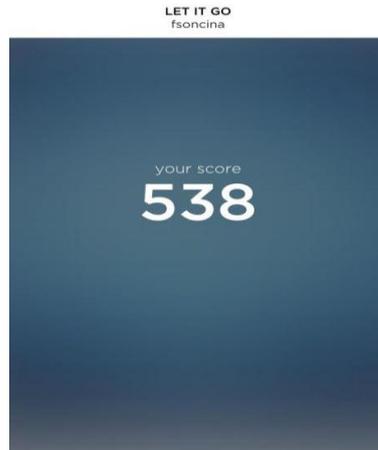


Gambar 2.6 Memasuki fitur menyanyi duet

Pada jendela di atas pengguna harus menunggu hingga giliran pengguna itu sendiri untuk bernyanyi. Lirik lagu sudah diatur, oleh karena itu ikuti lirik bagian pengguna untuk bernyanyi sesuai dengan warna yang menunjukkan bagian lirik pengguna. Teks lagu yang berwarna hijau adalah teks yang pengguna nyanyikan, teks berwarna orange adalah teks yang pengguna nyanyikan bersama-sama pasangan bernyanyi pengguna lainnya, sedangkan teks abu-abu adalah teks yang dinyanyikan hanya oleh pasangan pengguna lainnya jadi pengguna cukup diam sambil menikmati alunan suara yang didengarkan oleh pasangan pengguna lainnya.

Dalam kualitas suara lagu, aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* menghadirkan kualitas suara yang jernih dan menakjubkan. Dentingan piano, bass, dan gitar terdengar sangat baik dan pengguna bisa menikmati irama dan ketukannya. Tidak ada suara penyanyi aslinya ketika pengguna sudah mulai bernyanyi, namun masih terdapat *backing vocal* yang secara tidak langsung membantu pengguna mencocokkan nada yang pas dengan musik. Pengguna pun bisa memilih jenis

vocal effect suara pengguna yang terdiri dari 5 jenis, yaitu : *basic, pop star, indie, normal, dan stage*.



Gambar 2.7 Skor menyanyi aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

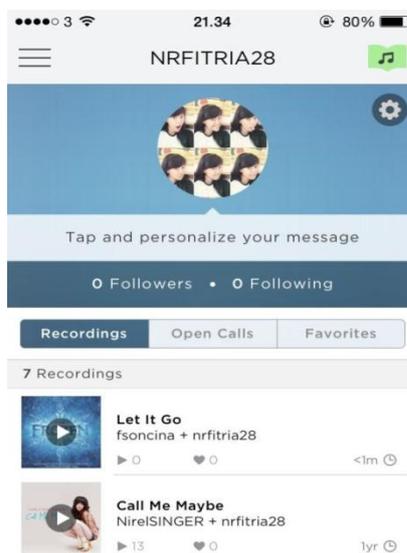
Bila *telah* selesai *bernyanyi* karaoke pengguna akan mendapatkan score dari suara pengguna bersama suara pasangan duet pengguna.



Gambar 2.8 Fitur membagikan setelah menyanyi

Setelah itu pengguna ditawarkan untuk membagi atau share lagu yang telah pengguna *nyanyikan* tadi kepada teman pengguna sehingga teman-teman di media sosial pengguna dapat mendengarkan suara pengguna kemudian

mengomentarnya. Bisa melalui *Facebook*, *Twitter*, *E-mail* atau yang lainnya. Bila sudah maka klik *done*. Maka lagu yang *pengguna* nyanyikan tadi akan tersimpan otomatis pada akun *Smule Sing! Karaoke* pengguna seperti gambar di bawah ini.



Gambar 2.9 Lagu yang sudah dinyanyikan tersimpan di akun

Aplikasi ini tentu juga berbicara *dengan* persepsi. Tentu banyak sekali persepsi yang timbul dengan adanya aplikasi ini. Sebelumnya, persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti jelas karena tidak semua orang hobi karaoke. Sebelum timbulnya persepsi adanya stimulasi.

Ada dua macam proses stimulasi yaitu :

- Selective attention* : pengguna hanya melihat apa yang ingin lihat dan hanya mendengar apa yang ingin pengguna dengar àterkait dengan kebutuhan atau kesenangan.
- Selective exposure* : pengguna hanya membuka diri pengguna kepada apa yang kita suka terkait dengan keyakinan akan manfaatnya.

D. Landasan Teori

1. Motivasi Berprestasi

McClelland (dalam Hasibuan, 2001) mengatakan motivasi berprestasi adalah suatu keinginan untuk mengatasi atau mengalahkan suatu tantangan yang bertujuan untuk kemajuan dan pertumbuhan. Motivasi berprestasi sebagai dorongan yang berhubungan dengan prestasi yaitu menguasai, mengatur lingkungan sosial atau fisik, mengatasi rintangan, dan memelihara kualitas kerja yang tinggi, bersaing untuk melebihi yang lampau dan mengungguli orang lain (Hall dan Linzey, dalam Wirabayu, 2005).

Menurut Mc Clelland (dalam Viethzal, 2007) menggunakan istilah “n-ach yaitu “Need for Achievement”. Motivasi berprestasi diartikan sebagai usaha untuk mencapai sukses yang bertujuan untuk berhasil dalam berkompetensi dengan suatu ukuran keunggulan. Konsep motivasi berprestasi yang dikemukakan oleh McClelland tersebut merupakan pembagian dari *Need for Achievement* (kebutuhan untuk berprestasi) yaitu:

- a. Untuk menyelesaikan sesuatu yang sulit, untuk menguasai, menggunakan atau mengatur sasaran fisik, makhluk hidup atau gagasan.
- b. Untuk mengerjakan secepat dan se bebas mungkin.
- c. Untuk mengatasi hambatan dan mencapai standar yang tinggi.
- d. Untuk menandingi dan melampaui orang lain.
- e. Untuk meningkatkan harga diri dengan keberhasilan mengasah bakat.

McClelland (dalam Mangkunegara, 2007).

Sejalan dengan Murray, McClelland (dalam Mangkunegara, 2007) mengemukakan bahwa kebutuhan berprestasi merupakan kebutuhan yang diperoleh dan dikembangkan sejak kecil sebagai hasil dorongan dan kepercayaan pada diri sendiri. Hawadi (2001) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai daya penggerak dalam diri individu untuk mencapai taraf prestasi setinggi mungkin, sesuai dengan yang ditetapkan oleh individu itu sendiri. Sedangkan Santrock (2003) menjelaskan motivasi berprestasi sebagai keinginan untuk menyelesaikan sesuatu, untuk mencapai suatu standar kesuksesan dan untuk melakukan usaha dengan tujuan mencapai kesuksesan.

Selanjutnya As'ad (2004) menguraikan motivasi berprestasi sebagai kebutuhan individu untuk menyelesaikan tugas-tugas lebih sukses untuk mencapai prestasi yang tinggi. Sementara Weiner (dalam Hapsari, 2004) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai suatu kecendrungan positif yang berada dalam individu yang pada dasarnya mempunyai reaksi terhadap suatu tujuan yang ingin atau harus dicapai. Motivasi berprestasi adalah kondisi internal yang spesifik dan mendorong perilaku seseorang untuk mengatasi kendala, melaksanakan kekuasaan, berjuang untuk melakukan sesuatu yang sulit sebaik dan secepat mungkin. Motivasi berprestasi ini membuat prestasi sebagai sasaran itu sendiri. Individu yang mempunyai dorongan berprestasi tinggi umumnya suka menciptakan risiko.

Menurut Herman (dalam Linda, 2004) motivasi berprestasi ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena motif berprestasi akan mendorong seseorang untuk mengatasi tantangan atau rintangan dan memecahkan masalah seseorang, bersaing secara sehat, serta akan berpengaruh pada prestasi kerja seseorang. Dari beberapa pengertian di atas dapat dinyatakan bahwa motivasi berprestasi sebagai

dorongan yang ada dalam diri individu untuk melakukan aktivitas tertentu dengan usaha yang maksimal dan mengatasi rintangan yang ada serta berorientasi untuk tujuan sukses atau gagal.

2 Ciri-Ciri Individu Yang Memiliki Motivasi Berprestasi

Menurut Jhonson dan Schwitzgebel (dalam Djaali, 2007) individu yang memiliki motivasi berprestasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Menyukai situasi yang menuntut tanggung jawab pribadi atas hasil-hasilnya bukan atas dasar untung-untungan, nasib atau kebetulan. Bahwa seseorang bila dihadapkan suatu tugas yang berat sekalipun tidak mudah menyerah. Tetap bekerja dengan baik untuk mencapai prestasi terbaiknya dibandingkan dengan orang lain. Ia pun memelihara kualitas kerja yang tinggi dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas dengan sukses.
- b. Memilih tujuan yang realistis tetapi menantang dari tujuan yang terlalu mudah dicapai atau terlalu mudah resiko. Seseorang lebih suka dengan suatu jenis tugas yang cukup rawan antara sukses dan gagal dan hal yang merupakan pendorong baginya untuk melaksanakan dengan sungguh-sungguh. Individu suka situasi prestasi yang mengandung resiko yang cukup untuk gagal, individu suka sukses tetapi sukses tanpa suatu tantangan tidak menyenangkan baginya.
- c. Senang bekerja dan bersaing untuk mengungguli orang lain dalam mengerjakan sesuatu tugas. Jadi kesuksesan itulah yang menjadi target dan tidak hanya sekedar menghindari kegagalan. Bila dihadapkan pada situasi prestasi mereka optimis bahwa sukses akan dapat diraihinya dan

dalam mengerjakan tugas ia lebih didorong oleh harapan untuk sukses serta mampu memanfaatkan waktu dengan baik.

- d. Mampu menunjukkan pemuasan keinginannya demi masa depan yang lebih baik. Seseorang mempunyai kehendak dan tujuan yang luhur dimasa mendatang dengan memperhatikan waktu cenderung memiliki program dan membuat tujuan-tujuan yang hendak dicapainya di waktu yang akan datang serta berusaha keras untuk mencapai prestasi Rohwer (dalam Robbins, 2001) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki motivasi berprestasi tinggi akan berusaha mencoba setiap tugas yang menantang dan sulit. Tetapi dia mampu untuk menyelesaikannya, sedangkan orang yang tidak memiliki motivasi berprestasi tinggi akan enggan melakukannya.
- e. Kreatif dan inovatif, yaitu mampu mencari peluang-peluang dan menggunakan kesempatan untuk dapat menunjukkan potensinya.

Robbins (2001) menambahkan bahwa orang yang memiliki motivasi berprestasi tinggi menyukai tugas-tugas yang menantang serta berani mengambil resiko yang diperhitungkan (*calculated risk*) untuk mencapai suatu sasaran yang telah ditentukan. Penetapan standar keberhasilan merupakan motif ekstrinsik yang bukan dari dalam dirinya, namun ditetapkan dari orang lain. Seseorang terdorong untuk berusaha mencapai standar yang ditetapkan oleh orang lain karena takut kalah dari orang lain, Rohwer (dalam Robbins, 2001). Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki motivasi berprestasi tinggi mempunyai ciri-ciri antara lain : memiliki rasa percaya diri yang besar, berorientasi ke masa depan, suka pada tugas yang memiliki tingkat kesulitan

sedang, tidak membuang-buang waktu, memilih teman yang berkemampuan baik dan tangguh dalam mengerjakan tugas-tugasnya.

Atkinson (dalam Linda, 2004) mengatakan bahwa ciri-ciri individu yang tidak memiliki motivasi berprestasi antara lain:

- a. Individu termotivasi oleh ketakutan akan kegagalan.
- b. Lebih senang menghindari kegagalan.
- c. Senang melakukan tugas-tugas yang mempunyai taraf-taraf kesulitan yang rendah.
- d. Individu senang menghindari kegagalan dan akan menunjukkan *performance* terbaik pada tugas-tugas dengan kesulitan yang rendah.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki motivasi berprestasi rendah memiliki ciri-ciri antara lain, bersikap pesimis, orientasi pada masa lampau, menganggap keberhasilan sebagai nasib mujur, menghindari kegagalan, suka memakai cara yang lama, tidak menyenangi pekerjaan-pekerjaan yang menuntut tanggung jawab serta tidak berusaha untuk mencari umpan balik dari pekerjaannya.

3 Faktor - Faktor Penyebab Motivasi Berprestasi

- a. Faktor Internal
 - 1) Kemampuan, adalah kekuatan penggerak untuk bertindak yang dicapai oleh manusia melalui latihan belajar.
 - 2) Kebutuhan, adalah kekurangan yang artinya ada sesuatu yang kurang dan oleh karena itu timbul kehendak untuk memenuhi atau mencukupinya.

- 3) Minat, adalah suatu kecenderungan yang agak menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.
- 4) Harapan dan keyakinan, merupakan kemungkinan yang dilihat untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dari individu yang didasarkan atas pengalaman yang telah lampau.

b. Faktor eksternal

- 1) Situasional, keadaan yang mendukung atau malah menghambat individu dalam mencapai tujuannya.
- 2) Lingkungan, hal ini juga sangat berpengaruh pada motivasi berprestasi individu. Misalnya; lingkungan keluarga, sekolah dan lingkungan dimana ia berada (sosial).

4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berprestasi

Menurut Linda (2004) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berprestasi antara lain sebagai berikut:

a. Kemampuan Intelektual

Dengan kelompok kemampuan intelektual yang tinggi ternyata menonjol dalam *achievement*, *exhibition*, *autonomy* dan *dominance*. Sedangkan dengan kelompok kemampuan intelektual rendah ternyata menonjol dalam *order*, *abasement*, dan *nurturance*.

b. Tingkat Pendidikan Orang tua

Cara ibu mengasuh anak dapat menimbulkan motivasi berprestasi yang tinggi dan juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan karena ibu yang

berpendidikan tinggi akan mempunyai aspirasi dan motivasi untuk mendorong anak agar berprestasi setinggi-tingginya.

c. Jenis Kelamin

Adanya perbedaan motivasi berprestasi antara pria dan wanita, pria mempunyai motivasi berprestasi yang lebih tinggi dari pada wanita.

d. Pola Asuh

Motivasi berprestasi terbentuk sejak masa kanak-kanak dan dipengaruhi oleh cara ibu mengasuh anaknya.

Pendapat lain, menurut Murray (dalam Alwisol, 2004) mengemukakan faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berprestasi adalah sebagai berikut:

- a. Orang tua dan lingkungan budaya memberikan tekanan yang cukup kuat (menganggap penting) dalam hal berprestasi yang tinggi.
- b. Individu diajak untuk percaya pada diri sendiri dan berusaha memantapkan tujuan menjadi orang yang berprestasi tinggi.
- c. Pekerjaan orang tua mungkin berpengaruh. Ayah yang pekerjaannya melibatkan pengambilan keputusan dan inisiatif dapat mendorong untuk mengembangkan motivasi berprestasi.
- d. Kelas sosial dan pertumbuhan ekonomi (nasional) yang tinggi dapat mempengaruhi motivasi berprestasi.

5 Aspek-aspek Motivasi Berprestasi

Menurut Atkinson (dalam Sukadji 2001), motivasi berprestasi dapat tinggi atau rendah, didasari pada dua aspek, yaitu:

- a. Harapan untuk sukses atau berhasil dan juga ketakutan akan kegagalan. Seseorang dengan harapan untuk berhasil lebih besar daripada ketakutan akan kegagalan dikelompokkan kedalam mereka yang memiliki motivasi berprestasi tinggi.
- b. Seseorang yang memiliki ketakutan akan kegagalan yang lebih besar daripada harapan untuk berhasil dikelompokkan kedalam mereka yang memiliki motivasi berprestasi yang rendah

Pendapat lain dikemukakan Asnawi (2002) mengungkapkan aspek-aspek utama motivasi berprestasi individu sebagai berikut:

- a. Mengambil Tanggung jawab atas Perbuatan-perbuatannya
Individu dengan motivasi berprestasi tinggi merasa dirinya bertanggung jawab terhadap tugas yang dikerjakannya. Seseorang akan berusaha untuk menyelesaikan setiap tugas yang dilakukan dan tidak akan meninggalkannya sebelum menyelesaikan tugasnya.
- b. Memperhatikan Umpan Balik Tentang Perbuatannya
Pada individu dengan motivasi berprestasi tinggi, pemberian umpan balik atas hasil usaha atau kerjanya yang telah dilakukan sangat disukai dan berusaha untuk melakukan perbaikan hasil kerja yang akan datang

6 Mempertimbangkan Resiko

Individu dengan motivasi berprestasi tinggi cenderung mempertimbangkan resiko yang akan dihadapinya sebelum memulai pekerjaan. Ia akan memilih tugas dengan derajat kesukaran sedang, yang menantang kemampuannya, namun masih memungkinkan untuk berhasil menyelesaikan dengan baik.

Selanjutnya menurut McClelland (dalam Mangku Negara, 2007) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi dapat diartikan sebagai suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan atau mengerjakan suatu pekerjaan atau tugas dengan sebaik-baiknya agar mencapai prestasi dengan predikat terpuji.

McClelland mengemukakan ada enam aspek motivasi berprestasi adalah sebagai berikut:

a. Memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi

Setiap individu diharapkan memiliki tanggung jawab yang tinggi pada setiap kegiatan dan usaha yang dilakukannya dan selalu berusaha untuk mewujudkan hasil yang diharapkan.

b. Berani mengambil dan memikul resiko

Individu yang memiliki motivasi lebih berani mengambil dan memikul resiko dari sebuah keputusan yang telah diambil tanpa harus merasa menyesal karena telah memilih keputusan yang telah diambil.

c. Memiliki tujuan yang realistik

Tujuan realistik adalah tujuan yang paling mungkin dicapai oleh individu dengan melihat dan mempertimbangkan berbagai hal baik intrinsik maupun ekstrinsik, terutama adalah kemampuan diri sendiri untuk meraihnya.

d. Melakukan rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasikan tujuan.

Untuk mencapai tujuan dibutuhkan perencanaan yang matang yang diikuti oleh kerja keras untuk mewujudkan apa yang telah direncanakan dari awal dan tidak mudah berputus asa untuk mewujudkannya.

- e. Memanfaatkan umpan balik yang kongkrit

Dalam semua kegiatan yang dilakukan individu yang memiliki motivasi akan memanfaatkan setiap umpan balik yang menguntungkan sebagai bekal untuk mewujudkan rencana kerja yang telah dibuat.

- f. Mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang telah diprogramkan.

Mencari waktu dan kesempatan yang pas untuk merealisasikan rencana yang telah ditetapkan dari awal.

7 Teori Motivasi Berprestasi

Teori Motivasi Berprestasi mengemukakan bahwa, manusia pada hakikatnya mempunyai kemampuan untuk berprestasi diatas kemampuan orang lain. Teori ini memiliki sebuah pandangan (asumsi) bahwa kebutuhan untuk berprestasi itu adalah suatu yang berbeda dan dapat dibedakan dari kebutuhan-kebutuhan yang lainnya.

Mc. Clelland (1987) mengatakan bahwa motivasi berprestasi adalah suatu keinginan yang ada dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk berusaha mencapai suatu standar atau ukuran keunggulan. Ukuran keunggulan didapat dengan acuan prestasi orang lain, akan tetapi juga dapat dengan membandingkan prestasi yang dibuat sebelumnya.

a. Latar Belakang Motivasi Menurut MC Clelland

1) Kebutuhan Akan Prestasi/Pencapaian

Kebutuhan akan prestasi adalah kebutuhan seseorang untuk memiliki pencapaian signifikan, menguasai berbagai keahlian, atau memiliki

standar yang tinggi. Orang yang memiliki *n-ach* tinggi biasanya selalu ingin menghadapi tantangan baru dan mencari tingkat kebebasan yang tinggi. Sebab-sebab seseorang memiliki *n-ach* yang tinggi di antaranya adalah pujian dan imbalan akan kesuksesan yang dicapai, perasaan positif yang timbul dari prestasi, dan keinginan untuk menghadapi tantangan. Tentunya imbalan yang paling memuaskan bagi mereka adalah pengakuan dari masyarakat

2) Kebutuhan Akan Kekuasaan

Kebutuhan ini didasari oleh keinginan seseorang untuk mengatur atau memimpin orang lain. Menurut Mclelland, ada dua jenis kebutuhan akan kekuasaan, yaitu pribadi dan sosial.

Contoh dari kekuasaan pribadi adalah seorang pemimpin perusahaan yang mencari posisi lebih tinggi agar bisa mengatur orang lain dan mengarahkan ke mana perusahaannya akan bergerak. Sedangkan kekuasaan sosial adalah kekuasaan yang misalnya dimiliki oleh pemimpin seperti Nelson Mandela, yang memiliki kekuasaan dan menggunakan kekuasaannya tersebut untuk kepentingan sosial, seperti misalnya perdamaian.

3) Kebutuhan akan Afiliasi/Keanggotaan

Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan atau menjalankan hubungan yang baik dengan orang lain. Orang merasa ingin disukai dan diterima oleh sesamanya.

McClelland mengatakan bahwa kebutuhan yang kuat akan afiliasi akan mencampuri objektifitas seseorang. Sebab, jika ia merasa ingin disukai, maka ia akan melakukan apapun agar orang lain suka akan keputusannya. Sedangkan, sebab-sebab *n-affil* dari seseorang bisa bermacam-macam, dan salah satu contohnya bisa Anda lihat dari tragedi 11 September di Amerika Serikat. Setelah kejadian tersebut, banyak orang-orang Amerika yang melupakan kepentingan mereka dan memilih untuk bersatu sehingga mereka memiliki rasa aman

b. Karakteristik dan sikap motivasi prestasi ala McClelland antara lain:

- a. Pencapaian adalah lebih penting daripada materi.
- b. Mencapai tujuan atau tugas memberikan kepuasan pribadi yang lebih besar daripada menerima pujian atau pengakuan.
- c. Umpan balik sangat penting, karena merupakan ukuran sukses (umpan balik yang diandalkan, kuantitatif dan faktual)

c. Aspek Motivasi Berprestasi

McClelland (dalam Marwisni Hasan 2006) menyatakan bahwa orang yang mempunyai motivasi berprestasi yang tinggi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1) Mempunyai tanggung jawab pribadi

Siswa yang mempunyai motivasi berprestasi akan melakukan tugas sekolah atau bertanggung jawab terhadap pekerjaannya. Siswa yang bertanggung jawab terhadap pekerjaannya akan puas dengan hasil

pekerjaannya karena merupakan hasil usahanya sendiri. Contoh :
Mengerjakan tugasnya sendiri, tidak mencontek.

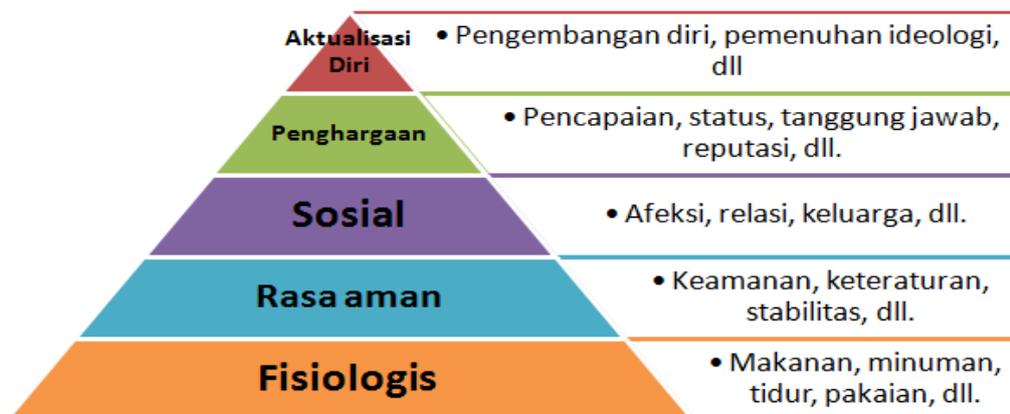
- 2) Menetapkan nilai yang akan dicapai atau menetapkan standar keunggulan
Menetapkan nilai yang akan dicapai. Nilai yang lebih tinggi dari nilai sendiri atau lebih tinggi dari nilai yang dicapai orang lain. Untuk mencapai nilai yang sesuai dengan standar keunggulan, siswa harus menguasai secara tuntas materi yang dipelajari. Contoh : Nilai standar 75, nilai yang ingin di capai 90.
- 3) Berusaha bekerja kreatif
Siswa yang bermotivasi tinggi, gigih dan giat mencari cara yang kreatif untuk menyelesaikan tugas sekolahnya. Cara belajar yang kreatif.
- 4) Berusaha mencapai cita-cita
Siswa yang mempunyai cita-cita akan belajar dengan baik dan memiliki motivasi yang tinggi. Contoh : rajin mengerjakan tugas, belajar dengan keras, tekun, tidak mengulur waktu untuk belajar.
- 5) Memiliki tugas yang moderat
Memiliki tugas yang tidak terlalu sukar dan tidak terlalu mudah.
Membagi tugas menjadi beberapa bagian sehingga mudah dikerjakan.
- 6) Melakukan kegiatan sebaik-baiknya
Melakukan kegiatan belajar sebaik mungkin dan tidak ada yang dilupakan.
Contoh : membuat kegiatan belajar, mengerjakan soal-soal latihan, belajar kelompok.

7) Mengadakan antisipasi

Melakukan kegiatan untuk menghindari kegagalan atau kesulitan yang mungkin terjadi.

8 Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow

Abraham Maslow, seorang tokoh Humanis dalam literatur psikologi mengajukan suatu hirarki mengenai kebutuhan atau *needs* yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan. Dalam hirarki kebutuhan Maslow (dalam Fieldman, 2009: 293) terdapat 5 kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Hirarki (tingkatan) kebutuhan seseorang yang akan menggerakkan tingkah lakunya dapat digambarkan seperti berikut :



Gambar 2.9 Piramida Kebutuhan Maslow (Sumber. <http://google.co.id/>, diakses pada 22 Oktober 2017)

Kebutuhan pertama, yang paling mendasar dalam piramida kebutuhan Maslow adalah kebutuhan yang berhubungan dengan tubuh atau fisik manusia (*physical needs*), seperti kebutuhan untuk makan, minum, atau tidur.

Kebutuhan selanjutnya adalah kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*) dalam hidup atau tempat tinggalnya. Setelah kebutuhan akan rasa aman, yang ketiga

terdapat kebutuhan akan cinta dan kasih sayang (*love and belongingness*) yang dapat diperoleh dari lingkungan atau orang-orang disekitar. Kebutuhan akan cinta dan kasih sayang ini juga dapat dipenuhi dengan cara membagikan cinta dan kasih sayang yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain. Baumister dan Leary (dalam Passer dan Smith) berpendapat bahwa kebutuhan akan kasih sayang merupakan motivasi yang kuat dan sangat mendalam bagi seseorang.

Kebutuhan keempat yang harus dipenuhi dalam hidup seseorang menurut Maslow adalah kebutuhan akan penghargaan diri (*self esteem*). Kebutuhan akan harga diri ini merupakan kebutuhan akan harga diri dan juga pengakuan dan penghargaan orang lain dan lingkungan mengenai kompetensi atau keahlian seseorang. Seperti yang diungkapkan oleh Rakhmat (2008: 39) bahwa kebutuhan akan penghargaan diri ini merupakan kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Manusia ingin kehadirannya bukan hanya dianggap sebagai bilangan, namun juga diperhitungkan. Maslow (dalam Goble, 2002: 76) memberi rincian kebutuhan akan harga diri ini dapat berupa kepercayaan diri, kompetensi, penguasaan, prestasi, ketidaktergantungan, dan kebebasan. Penghargaan dari orang lain

Tingkat kebutuhan tertinggi dalam piramida Maslow adalah aktualisasi diri (*self actualization*). Aktualisasi diri merupakan pemenuhan keadaan dari seseorang untuk menyalurkan bakat atau potensi tertingginya dengan cara yang unik. Aktualisasi diri merupakan "*hasrat untuk menjadi seperti apa yang diinginkan oleh seorang individu*". Proses aktualisasi adalah perkembangan atau penemuan jati diri dan mekarnya potensi yang ada atau yang terpendam.

Ciri-ciri dari aktualisasi diri (Goble, 2002: 51-52) adalah kemampuan untuk melihat hidup secara jernih, melihat hidup apa adanya bukan berdasar keinginan mereka sendiri. Orang yang mengaktualisasikan diri mampu menembus dan melihat realitas-realitas tersembunyi serba membingungkan secara lebih gesit dan lebih tepat dibandingkan rata-rata orang. Kebutuhan ini bekerja dari kebutuhan yang paling mendasar dalam piramida sampai kebutuhan yang paling tinggi dalam piramida. Hal ini berarti untuk mengaktifkan suatu kebutuhan, misalnya kebutuhan kasih sayang, maka harus mengaktifkan kebutuhan yang sebelumnya yaitu kebutuhan akan rasa aman. Sehingga rasa aman terlebih dahulu perlu terpenuhi agar kebutuhan akan cinta dan kasih sayang menjadi aktif.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengungkapkan motivasi pengguna *Smule*. Sehingga masalah inilah yang ingin diketahui oleh peneliti dengan memilih Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung dalam penggunaan *Smule*.

Anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung berdasarkan hasil pra-riset peneliti sebagian besar menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke By Smule*. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berkeinginan untuk mengetahui motivasi Mahasiswa Anggota paduan suara mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Karaoke sing By Smule*.

Dalam penelitian ini, pengguna aplikasi *Karaoke sing by smule* tersebut harus memahami pengetahuan tentang konten aplikasi itu sendiri, selain itu Teori Motivasi yang peneliti pakai sendiri yaitu Teori Motivasi Berprestasi dan Teori Hierarki Kebutuhan. McClelland (dalam Hasibuan, 2001) mengatakan motivasi

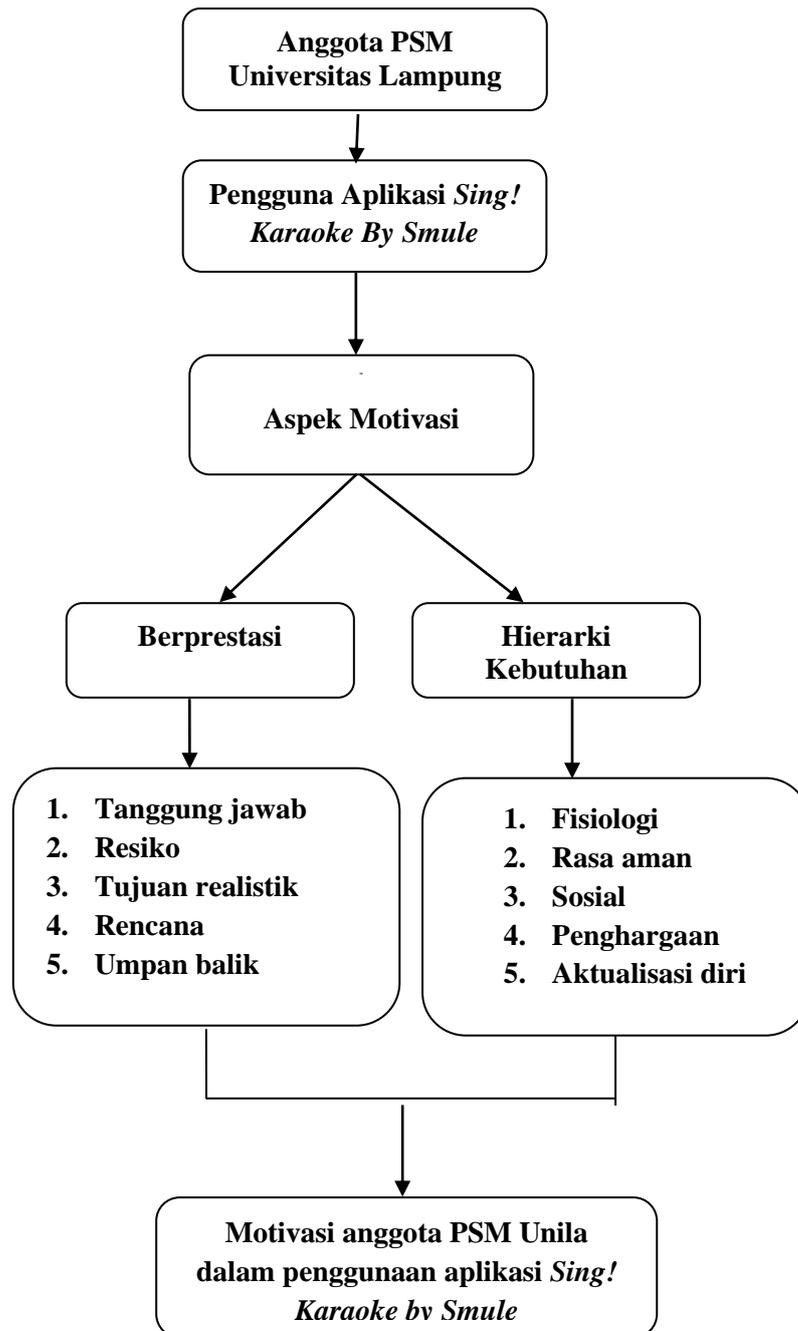
berprestasi adalah suatu keinginan untuk mengatasi atau mengalahkan suatu tantangan yang bertujuan untuk kemajuan dan pertumbuhan. Motivasi berprestasi sebagai dorongan yang berhubungan dengan prestasi yaitu menguasai, mengatur lingkungan sosial atau fisik, mengatasi rintangan, dan memelihara kualitas kerja yang tinggi, bersaing untuk melebihi yang lampau dan mengungguli orang lain (Hall dan Linzey, dalam Wirabayu, 2005). Motivasi berprestasi sebagai dorongan yang ada dalam diri individu untuk melakukan aktivitas tertentu dengan usaha yang maksimal dan mengatasi rintangan yang ada serta berorientasi untuk tujuan sukses atau gagal.

Di dalam penelitian ini akan dikaji motivasi apa yang mendasari anggota paduan suara mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Karaoke sing by Smule* dalam memperlihatkan bakat mereka. Dalam motivasi berprestasi terdapat prestasi dorongan dari luar yang memicu mereka melakukan kegiatan tersebut. Akan dipelajari apa prestasi yang membuat anggota paduan suara mahasiswa termotivasi menggunakan aplikasi tersebut.

Sedangkan Hierarki Kebutuhan memandang motivasi adalah kebutuhan atau *needs* yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan. Dalam hierarki kebutuhan Maslow (dalam Fieldman, 2009: 293) terdapat 5 kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Dari kedua hal inilah maka terbentuk suatu tujuan mahasiswa Anggota paduan suara mahasiswa Universitas Lampung dalam penggunaan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* yang tergerak dari motivasi berprestasi dan motivasi hierarki kebutuhan yang didapat dari aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* tersebut. hal ini dimaksudkan agar menjadi

fokus penelitian mendalam motivasi anggota paduan suara mahasiswa Universitas Lampung dalam penggunaan aplikasi Aplikasi *Sing! Karaoke by smule*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggambarkan kerangka pikir penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Bagan 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Modifikasi Peneliti)

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian Deskriptif merupakan suatu tipe penelitian yang bertujuan menggambarkan keadaan atau fenomena tertentu (Arikunto, 2002:64). Alasan menggunakan tipe penelitian deksriptif adalah bahwa tipe ini telah digunakan secara luas dan dapat meliputi lebih banyak segi dibandingkan dengan tipe-tipe lain. Kemudian tipe penelitian ini banyak memberikan sumbangan kepada ilmu pengetahuan melalui pemberian informasi keadaan mutakhir, dan dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berguna untuk pelaksanaan percobaan.Selanjutnya, tipe penelitian ini dapat digunakan dalam menggambarkan keadaan-keadaan yang mungkin terdapat dalam situasi tertentu.

B. Pendekatan Penelitian

Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 1989:96) mendefinisikan kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan/lisan dari orang lain/perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha melihat kebenaran-kebenaran atau membenarkan kebenaran, namun di dalam melihat kebenaran tersebut, tidak selalu dapat dan cukup didapat dengan melihat sesuatu yang nyata, akan tetapi

kadangkala perlu pula melihat sesuatu yang bersifat tersembunyi, dan harus melacakinya lebih jauh ke balik sesuatu yang nyata tersebut.

C. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ada dua maksud yang ingin dicapai dalam menentukan fokus. Pertama, penetapan fokus dapat membatasi studi. Kedua, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau memasukkan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh. Dengan bimbingan dan arahan suatu fokus, seorang peneliti tahu persis data mana yang perlu dikumpulkan dan data mana pula yang walaupun mungkin menarik, karena tidak relevan, tidak perlu dimasukkan ke dalam sejumlah data yang sedang dikumpulkan (dalam Moleong, 2007:62-63). Fokus dalam penelitian ini adalah pada analisis motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*. Yang meliputi :

1. Motivasi berprestasi, terdapat beberapa aspek motivasi berprestasi tersebut yaitu :
 - a. Memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi
Setiap individu diharapkan memiliki tanggung jawab yang tinggi pada setiap kegiatan dan usaha yang dilakukannya dan selalu berusaha untuk mewujudkan hasil yang diharapkan.
 - b. Berani mengambil dan memikul resiko
Individu yang memiliki motivasi lebih berani mengambil dan memikul resiko dari sebuah keputusan yang telah diambil tanpa harus merasa menyesal karena telah memilih keputusan yang telah diambil.

- c. Memiliki tujuan yang realistik

Tujuan realistik adalah tujuan yang paling mungkin dicapai oleh individu dengan melihat dan mempertimbangkan berbagai hal baik intrinsik maupun ekstrinsik, terutama adalah kemampuan diri sendiri untuk meraihnya.

- d. Melakukan rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasikan tujuan.
- e. Memanfaatkan umpan balik yang kongkrit dalam semua kegiatan yang dilakukan. Individu yang memiliki motivasi akan memanfaatkan setiap umpan balik yang menguntungkan sebagai bekal untuk mewujudkan rencana kerja yang telah dibuat.

- 2. Motivasi dari dalam diri manusia yaitu hierarki kebutuhan Maslow (dalam Fieldman, 2009: 293) terdapat 5 motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Kelima motivasi tersebut yaitu:

- a. Fisiologi

Kebutuhan yang berhubungan dengan tubuh atau fisik manusia

- b. Rasa Aman

Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*) dalam hidup atau tempat tinggalnya.

- c. Sosial

Kebutuhan sosial dimana manusia akan membangun relasi, dan mengharapkan afeksi dari orang lain di sekitarnya.

d. Penghargaan

Kebutuhan akan penghargaan diri (*self esteem*). Kebutuhan akan harga diri ini merupakan kebutuhan akan harga diri dan juga pengakuan dan penghargaan orang lain dan lingkungan mengenai kompetensi atau keahlian seseorang.

e. Aktualisasi Diri

Pemenuhan keadaan dari seseorang untuk menyalurkan bakat atau potensi tertingginya dengan cara yang unik.

D. Sumber Data

Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci, dan kompleksitas dari keragaman fenomena sosial yang diteliti. Dengan demikian, informan ditentukan dengan teknik *Snowball Sampling*, yakni proses penentuan informan berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik penelitian yang diperlukan. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai. Menurut Spradley dalam Moleong (2004: 40), informan harus memiliki beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan, yaitu:

1. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian peneliti ditandai oleh kemampuan memberikan informasi di luar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian.

3. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.

Dalam penelitian ini kriteria yang menjadi informan adalah:

- a. Anggota Paduan Suara Mahasiswa (PSM Unila). Peneliti menentukan *key informan* berdasarkan pengetahuannya tentang penggunaan aplikasi *Sing! Karaoke By Smule*, lalu kemudian *key informan* tersebut menunjuk anggota lainnya dengan kriteria yang sama dan kemudian seterusnya (*Snowball Sampling*).
- b. Pengguna aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* dengan durasi lebih dari 3 kali seminggu.
- c. Pengguna aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* yang melakukan duet atau *share* lagu dengan *user Smule* lainnya lebih dari 3 kali seminggu.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan melalui tanya jawab agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam.

2. Observasi

Metode ini digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berasal dari foto, arsip, data, dan lain-lain.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku, literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.

F. Teknik Analisis

Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Patton (dalam Moleong, 2004: 40) berpendapat bahwa tidak ada cara yang paling benar secara absolut untuk mengorganisasi, menganalisis, dan menginterpretasikan data kualitatif. Karena itu, maka prosedur analisis data dalam penelitian ini didasarkan kepada sejumlah teori (Creswell, 1994; Patton, 1990; Bogdan & Taylor, 1984 dalam Lexy J. Moleong, 2004: 41) dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi data, dalam tahap ini yaitu dilakukan pemusatan perhatian atas apa yang akan diteliti dengan membuang data yang tidak penting melalui penyederhanaan kemudian dipahami. Reduksi data merupakan bentuk analisa data yang menajam, menggolongkan, mengarahkan serta membuang data yang tidak perlu sehingga dapat diverifikasi agar memperoleh kesimpulan.
2. Display (Penyajian Data) Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data.

3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan) Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang di uji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

G. Teknik Keabsahan Data

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Pengertian triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004:330).

Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda (Nasution, 2003:115) yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Menurut Nasution, selain itu triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena triangulasi bersifat reflektif.

Denzin (dalam Moloeng, 2004), membedakan empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut
Patton dalam Moleong (2005:331) :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung

Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung merupakan sebuah unit kegiatan mahasiswa dalam bidang tarik suara yang telah banyak mengukir prestasi di tingkat nasional maupun internasional dan telah membawa nama baik Provinsi Lampung. Paduan Suara Universitas Lampung resmi berdiri pada tanggal 23 Mei 2003. Beranggotakan para mahasiswa dan mahasiswi Universitas Lampung dari berbagai fakultas. Kegiatan Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung mengisi acara internal kampus seperti saat wisuda, pengukuhan guru besar, seminar, dan upacara penerimaan mahasiswa baru di Universitas Lampung. Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung juga dapat mengisi acara-acara eksternal kampus. Sejak tahun 2004, Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung juga mengikuti berbagai kompetisi paduan suara. (<http://psm.unila.ac.id/>, diakses pada 18 Maret 2017 Pukul 17.30).

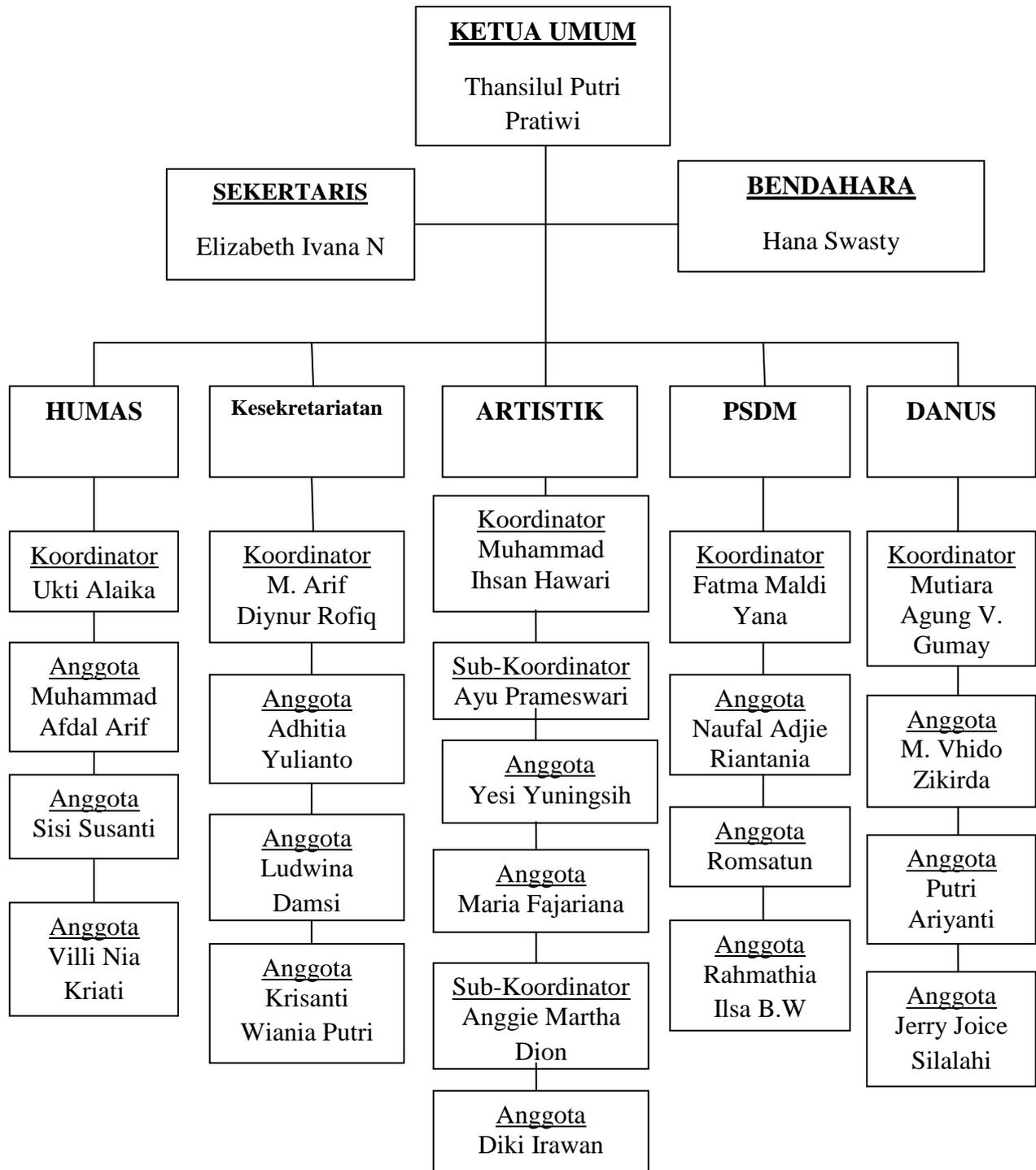
Kepengurusan Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung Periode 2015-2016 di dalamnya terdapat ketua, sekretaris, bendahara dan divisi-divisi. Divisi-divisi yang ada di didalamnya yaitu Divisi PSDM, Divisi Hubungan Masyarakat, Divisi Artistik dengan sub-Divisi Latihan dan Perlengkapan, Divisi Dana Usaha, dan Divisi Kesekretariatan.

Susunan Kepengurusan Tahun 2017 - 2018 sebagai berikut:

- 1) Ketua Umum : Thansilul Putri Pratiwi (NPM: 1516041134)
- 2) Sekretaris : Elizabeth Ivana N (NPM: 1514121079)
- 3) Bendahara : Hana Swasty (NPM: 1816041194)
- 4) Divisi PSDM
 - Fatma Maldy Yana sebagai Koor (NPM: 1516017095)
 - Naufal Adjie Riantania sebagai anggota (NPM: 1615031081)
 - Romsatun sebagai anggota (NPM: 1616051009)
 - Rahmathia Ilsa B.W (NPM: 1613052052)
- 5) Divisi Humas
 - Ukti Alaika sebagai Koordinator (NPM: 151011096)
 - Muhammad Afdal Arif sebagai anggota (NPM: 1616011041)
 - Sisi Susanti sebagai anggota (NPM: 1613052004)
 - Villi Nia Kriati sebagai anggota (NPM: 1612011195)
- 6) Divisi Artistik
 - Muhammad Ihsan Hawari sebagai Koordinator (NPM: 1517021100)
 - Ayu Prameswari sebagai Sub-Koordinator (NPM: 1513042039)
 - Yesi Yuningsih sebagai anggota (NPM: 1517021042)
 - Maria Fajariana sebagai anggota (NPM: 1657011001)
 - Anggie Martha Dion sebagai Sub-Koordinator (NPM: 1601051021)
 - Diki Irawan sebagai anggota (NPM: 1614015059)
- 7) Divisi Kesekretariatan
 - M. Arif Diynur Rofiq sebagai Koordinator (NPM: 1614051053)
 - Adhitia Yulianto sebagai anggota (NPM: 1615041028)

	Ludwina Damsi sebagai anggota	(NPM: 1611031041)
	Krisanti Wiania Putri sebagai anggota	(NPM: 1617051043)
8)	Divisi Danus	
	Mutiara Agung V. Gumay sebagai Koordinator	(NPM: 1612011075)
	M. Vhido Zikirda sebagai anggota	(NPM: 1655031016)
	Putri Ariyanti sebagai anggota	(NPM: 1612011192)
	Jerry Joice Silalahi sebagai anggota	(NPM: 1654141024)

Struktur Organisasi Paduan Suara Mahasiswa Unila periode 2017-2018



Bagan 2 Struktur Organisasi Paduan Suara Mahasiswa Unila periode 2017-2018
(Sumber: Unit Kegiatan Mahasiswa Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung)

B. Gambaran Umum Media Baru dan Media Sosial

Media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro. Ciri-ciri utama internet sebagai media adalah :

1. Teknologi Berbasis Komputer
2. Karakteristiknya hibrida , tidak berdidikasi dan ffileksibel
3. Potensi interaktif
4. Fungsi publik dan privat
5. Peraturan yang tidak ketat
6. Ada dimana mana tidak tergantung lokasi
7. Dapat diakses individu sebagai komunikator
8. Media komunikasi masa dan pribadi

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Blog, Forsquare dan lainnya.

Media Sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, dapat menjadi media untuk membentuk komunitas *online*. Sosial media dapat menjadi bagian dari keseluruhan *e-marketing strategy* yang digabungkan melalui sosial media lain. Serta sebagai jalan menemukan

menciptakan para *brand evangelist*. Sosial media memberikan peluang masuk komunitas yang telah ada sebelumnya dan memberikan kesempatan mendapatkan *feedback* secara langsung.

C. Gambaran Umum Aplikasi *Sing! Karaoke By Smule*

Aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk berkaraoke kapan pun dan di mana pun pengguna inginkan. *Sing! Karaoke by Smule* bisa diakses melalui laptop maupun handphone pengguna. kapan saja, bersama siapa saja dengan menggunakan handphone atau laptop. Cukup dengan mendownload aplikasi *Sing! Karaoke By Smule* di *appstore* maupun *playstore*. *Sing! Karaoke by smule* menyediakan banyak sekali lagu yang dapat dinyanyikan. Seperti lagu dari Rihanna, Demi Lovato, Lady Gaga, Bruno Mars, dan masih banyak lagi lagu dari penyanyi ternama lainnya.

Sing! Karaoke by Smule merupakan aplikasi khusus musik karaoke yang dibentuk menjadi sosial media. Aplikasi ini dilengkapi dengan fitur perekam suara dan video, efek-efek audio, berduet, dan berbagi ke *platform* globalnya. Di dalamnya terdapat berbagai kategori musik seperti *pop*, *metal*, *rock*, *klasik* dan lain-lain atau pilihan kategori berdasarkan artis dan Negara. *Sing!* mempunyai sistem rekomendasi yang didasarkan pada preferensi. Didalam aplikasi *Sing! Karaoke by smule* ada beberapa fitur bernyanyi di aplikasi ini yaitu fitur solo, fitur group ataupun fitur duet. Selain fitur-fitur yang ada aplikasi ini juga mempunyai beberapa fitur pendukung lainnya, seperti fitur video, *join*, *filter*, *share*, *feed*, *listen*, *songbook*, *notification*, *profile* dan di dalam aplikasi ini juga terdapat fitur

layanan penggunaan *smule* ada 2 pilihan layanan untuk pengguna Smule, yakni VIP dan non VIP. Pengguna VIP memiliki akses yang lebih luas dibandingkan pengguna biasa (Non VIP). Pengguna VIP dapat mengakses semua lagu yang ada di Smule. Selain itu, ada pula beberapa fitur menarik yang hanya dapat digunakan oleh pengguna VIP seperti *Vocal FX*. Dengan akses VIP Smule, keuntungan yang akan didapat diantaranya adalah dapat menyanyikan lagu populer khusus VIP, banyak pilihan efek suara sebelum dipublikasikan, dapat memulai *oc (open callab)*, mengundang teman untuk duet. Sedangkan pengguna non VIP aksesnya dibatasi.

Untuk pengguna VIP selain bisa mengakses kesemua lagu, pengguna VIP juga memiliki akses *mode Studio FX* pada bagian *editing Vocal FX* (efek suara) sebelum lagu itu disimpan, dapat dilihat dan dipahami berbagai pilihan *Vocal FX* lain pada gambar di bawah ini



Gambar : 4.1 Efek studio

D. Kinerja Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kinerja Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* terbagi atas dua fitur penggunaan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* berlangganan atau aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* tidak berlangganan atau dengan bahasa aplikasi *VIP Smule* dan *VIP Non Smule* sebagai berikut :

1. Berlangganan *VIP* di aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

Langkah-langkah Berlangganan *VIP* di aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* adalah sebagai berikut :

- a. Unduh dan *install Sing! Karaoke by smule*. Pengguna dapat menggunakan di *app store* untuk pengguna *iPhone/Ios* dan *Play Store* untuk pengguna *Android*. Untuk pengguna *Android* yang tidak bisa *download* di *Play Store*, dapat *download* di tempat lain. Bisa mencari dari fitur *google*.
- b. Setelah diunduh dan di-*install*, silahkan *login* menggunakan akun *facebook* atau akun *google* yang pengguna miliki, selain itu juga bisa daftar menggunakan alamat *email* lainnya yang dimiliki pengguna.
- c. Setelah berhasil *log in*, pengguna akan mendapatkan akun *Smule* gratis yang aksesnya dibatasi oleh pihak *smule* sendiri. Pengguna tidak bisa mengakses beberapa *fitur* yang memiliki tanda *VIP*. Arti tanda *VIP* pada *fitur* tersebut adalah hanya bisa diakses oleh akun *VIP Smule*.
- d. Kemudian lakukan pengecekan metode pembayaran di *app store* dan *play store* ketika ingin menggunakan aplikasi *Smule* tersebut, agar bisa lebih mudah mengakses kesemua fitur yang ada

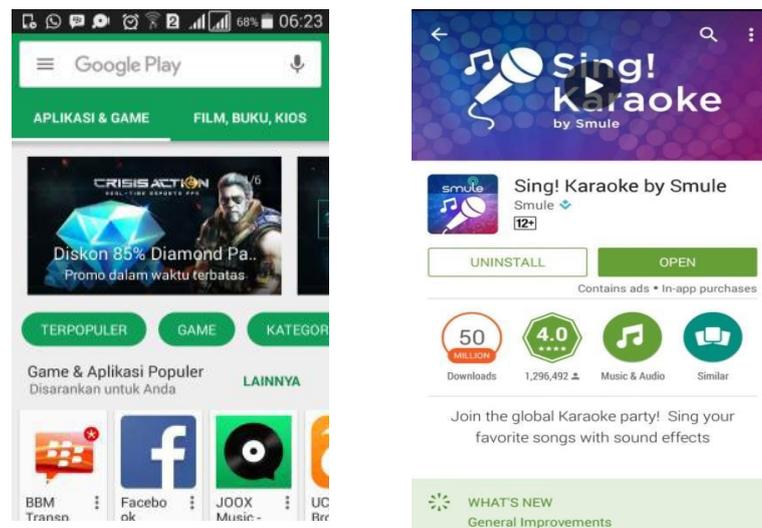
2. Pembayaran VIP Aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

Jika sudah bisa *log in* di aplikasi *Sing! Karaoke by smule*, langkah selanjutnya adalah mengecek metode pembayaran yang kita miliki di *app store* untuk pengguna *iPhone/Ios* dan *play store* untuk pengguna *android*. Tujuannya untuk mengetahui cara pembayaran untuk membeli/ berlangganan fitur aplikasi yang bisa kita akses dengan mudah tanpa adanya batasan dalam menggunakannya.

2.1 Metode pembayaran di *PlayStore*:

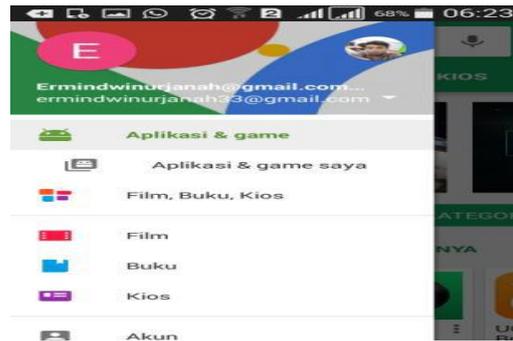
Untuk pengguna *android*, cara cek metode pembayaran sebagai berikut :

- a. Pengguna silahkan mengakses ke aplikasi *play store*.



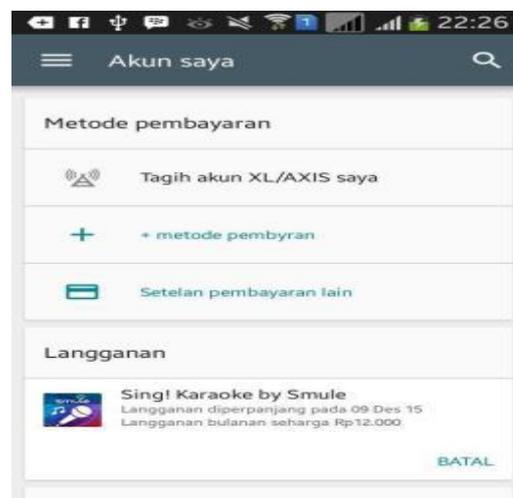
Gambar 4.2 Aplikasi *Play Store* dan aplikasi *sing! Karaoke by Smule*.

- b. Kemudian pengguna mengklik menu yang berada dipojok kiri atas.
- c. Selanjutnya *scroll* kebawah pilih akun pengguna.



Gambar : 4.3 menu *Play Store*.

- d. Pada saat mengklik akun pengguna di dalam menu *PlayStore*, maka pengguna dibawa ke metode halaman pembayaran dibawah ini :



Gambar 4.4 Akun Pembayaran langganan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule*

Pada menu halaman tersebut memberikan informasi metode pembayaran yang bisa digunakan untuk membeli atau berlangganan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* di menu *playstore* yang mempermudah pengguna agar bisa mengakses dan menggunakan aplikasi *Sing! Karaoke by Smule* dengan bebas tanpa dibatasi penggunaannya dengan pengguna lain.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Secara Umum

Motivasi anggota UKM Paduan Suara Mahasiswa (PSM) Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *Sing Karoke By Smule* adalah untuk berprestasi lebih baik dan sebagai media berinteraksi dengan pengguna lain maupun komunitas yang tidak dikenal ataupun bisa mejadi ajang berprestasi dengan sesama anggota paduan Suara Universitas Lampung.

2. Secara Khusus

Berdasarkan motivasi MC Clelland Berprestasi atau motivasi Hirarki Kebutuhan Abraham Moslow maka motivasi anggota Paduan Suara Universitas Lampung sebagai berikut :

a. Aspek motivasi berprestasi

1) Tujuan

Tujuan kelompok paduan suara Universitas Lampung adalah dalam penggunaan Aplikasi Sing Karoke By Smule adalah agar kelompok paduan suara Universitas Lampung . menjadi yang terbaik. Hal ini dilakuka dengan cara latihan terus menerus sehingga tujuan kelompok paduan suara Universitas Lampung dapat mencapai tujuan tersebut.

Penggunaan aplikasi sing karaoke by smule dalam setiap latihan agar mempermudah kelompok paduan suara untuk berlatih. Selama ini setiap akan latihan selalu gagal dikarenakan setiap anggota mempunyai kesibukan masing masing sehingga sangat sulit untuk anggota itu lengkap. Dengan adanya aplikasi *sing karaoke by smule* informn dapat latihan kapan saja dan dimana pun pengguna Aplikasi *Sing karaoke by Smule*

2) Rencana

Rencana bagi kelompok paduan suara Universitas Lampung merupakan bagian dari tujuan. Dengan rencana yang bagus maka dalam latihan informan tidak harus bertatap muka satu sama lainnya, informan dapat menggunakan aplikasi sing karaoke by smule dalam latihan dan tidak harus tergantung oleh satu orang saja. lAspek rencana Paduan Suara Universitas Lampung dalam latihan selalu mempunyai tujuan menjadi terbaik dan menjadi juara dalam setiap perlombaan. Paduan Suara Universitas Lampung selalu membuat rencana berdasarkan skala proritas baik jangka pendek ataupun jangka panjang , jangka pendek dalam rencana Kelompok Paduan Suara Universitas Lampung, memperbaiki latihan-latihan vokal secara berkala dan terstruktur dalam penggunaan aplikasi sing karaoke by smule. Rencana Jangka Panjang kelompok paduan suara Universitas Lampung adalah menjadi juara dan tiap anggotanya dapat masuk ke komunitas smule Indonesia serta mendapatkan imbalan dari hasil penempilan informan baik perorangan ataupun kelompok. Dengan masuknya informan ke Komunitas Smule

Indonesia , menjadi ajang para informan menunjukkan bakat bernyanyinya dan selalu menjadi prioritas utama di setiap komunitas smule Indonesia dalam mengadakan *event* Nasional ataupun *event* Internasional

b. Motivasi Hirarki Kebutuhan

1) Penghargaan

Kelompok paduan suara Universitas Lampung sangat membutuhkan penghargaan karena penghargaan merupakan pengakuan publik terhadap seseorang atau kelompok atas prestasi yang dicapainya. Penghargaan merupakan pembuktian kelompok paduan suara Universitas Lampung dalam penggunaan aplikasi *sing karaoke by smule*. Penghargaan tertinggi yang diperoleh informan adalah dengan bergabungnya di komunitas smule Indonesia..

2) Aktualisasi Diri.

Aktualisasi diri merupakan penampilan bernyanyi kelompok paduan suara Universitas Lampung dalam mengembangkan bakat bernyanyi, baik perorangan ataupun kelompok. Penampilan dan kekompakan yang dilakukan Kelompok Paduan Suara Universitas Lampung baik dalam perlombaan ataupun latihan selalu menjadi lebih baik dari sebelumnya hal ini menjadikan Kelompok Paduan Suara Universitas Lampung menjadi percaya diri sehingga dalam penampilan selalu menjadi perhatian publik yang melihat. Penampilan perorangan ataupun kelompok paduan suara Universitas Lampung semakin hari semakin baik dan percaya diri sehingga dalam suatu perlombaan selalu menjadi yang terbaik sehingga dalam komunitas smule Indonesia. Salah satu informan

merupakan anggota paduan suara Mahasiswa Universitas Lampung yang diajak bergabung kedalam Komunitas *Smule* Indonesia. Masuk menjadi komunitas *smule* Indonesia ini tidaklah mudah, informan dipilih melalui penilaian suara, penampilan maupun komentar dari pengguna aplikasi *Sing Karoke By smule* lainnya.

B. Saran

1. Diharapkan bagi pengguna aplikasi selanjutnya agar dapat lebih pintar dan bijak dalam penggunaan aplikasi agar aplikasi dapat berperan dalam mengembangkan potensi tarik suara yang ada.
2. Sebagai pengguna aplikasi *Sing! Karoke By Smule* seperti Kelompok Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung selalu mencoba aplikasi lain selain Aplikasi *Sing! Karoke By Smule* yang informan jadikan sebagai aplikasi latihan informan dalam bidang tarik suara sehingga ada perbandingan dengan aplikasi lainnya tidak hanya menggunakan aplikasi *Sing! Karoke By Smule* saja.
3. Hasil penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis menyarankan agar penelitian ini dapat dikembangkan lagi oleh peneliti lainnya.
4. Dalam penelitian ini terdapat kekurangan, dikarenakan keterbatasan peneliti dalam menggunakannya sebagai latihan terlebih dalam hal mengenai motivasi dalam penggunaan aplikasi *sing! Karoke By Smule* yang digunakan dalam kelompok paduan suara Universitas Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Alwisol, 2004. *Psikologi Kepribadian*, Malang: UM Press
- Ardiyanto, 2005 *Komunikasi Massa. Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offse
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- As'ad, 2004 *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta : Rineka Cipta
- Asnawi ,2002 *Teori Motivasi dalam pendekatan psikologi industry dan organisasi* : Jakarta Studio
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi – Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Burke, P. & Briggs, A. 2000. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Creeber dan Martin, 2009. *Digital Cultures: Understanding New*
- Djaali, 2007, *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Flew, 2008, *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers
- Fieldman , 2009, *Human Development, Perkembangan Manusia*. Edisi 10,
- Goble, 2002. *Psikologi Humanistik Abraham Maslow*

- Hamzah, B. Uno. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukuran Analisisnya di Bidang pendidikan*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- J. Moleong, Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Lahey, B. B. 2007. *Psychology: An Introduction, Ninth Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Lesmana, 2012. Pengertian dari Macromedia Flash dan. Multimedia serta Fungsi-fungsi Penjelasan Tollbarnya
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) Edisi 9*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Linda, 2004. Sistem Basis Data. Yogyakarta: Andi Offset
- Mangkunegara, 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Marwisni Hasan 2006. Prosedur Penelitian. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- McQuail, 2011 *Mass Communication Theory*. SAGE. Britania Raya
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, 2015 *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* Jakarta : Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalm Purwanto, 2003. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung : Rosdakarya.
- Nurudin. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Oemar Hamalik, 2004 Proses Belajar Mengajar. Jakarta : Bumi Aksara.
- Papalia, D. E., Old s, S. W., & Feldman, R. D. 2009. *Human Development Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Jilid. 1, Edisi 8, Prenhallindo, Jakarta. Nitisemito

Sardiman, A.M. 2012. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Setyani, Novia Ika, 2013. *Penggunaan Media Sosial Sebagai aranaKomunikasi Bagi Komunitas*. Jurnal Komunikasi Universitas Sebelas Maret

Sugihartono, dkk, 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press

Sukadji. 2001. *Motivasi dalam Masyarakat*. Jakarta :Gramedia.

Sondang Siagian. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta Bumi Aksara:

Veithzal Rivai. 2007. *Bank and Financial Institute Management*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada

Sumber Lain

Skripsi

Leonard P.S, Alboin. 2016. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Arum Nila Sari, 2017. *Motif Orang Tua Mengunggah Foto dan Vidio Anak Pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Orang Tua Selebgram Cilik Tahun Ajaran 2016/2017)* Universitas Lampung

Wirabayu, G.M. 2005. *Hubungan antara Motivasi Berprestasi dengan Prestasi Belajar Siswa Kelas XI SMA Kristen Satya Wacana Salatiga*.

Tesis

Lesmana, Gusti Ngurah Aditya. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment*. Jakarta: Universitas Indonesia.

WEBSITE

www.smule.com/_ diakses pada 25 Februari 2017.

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-sing-karaoke-by-smule-dan-bagaimana-cara-menggunakannya/> diakses pada 24 Februari 2017.

<http://psm.unila.ac.id/> diakses pada 18 Maret 2017.

<http://e-journal.uajy.ac.id/76/3/2TS12645.pdf>, diakses pada 1 Agustus 2017.

<http://depdikbud.kbbi.co.id/Motivasi>, diakses pada 21 Desember 2017.