

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Karakteristik Responden

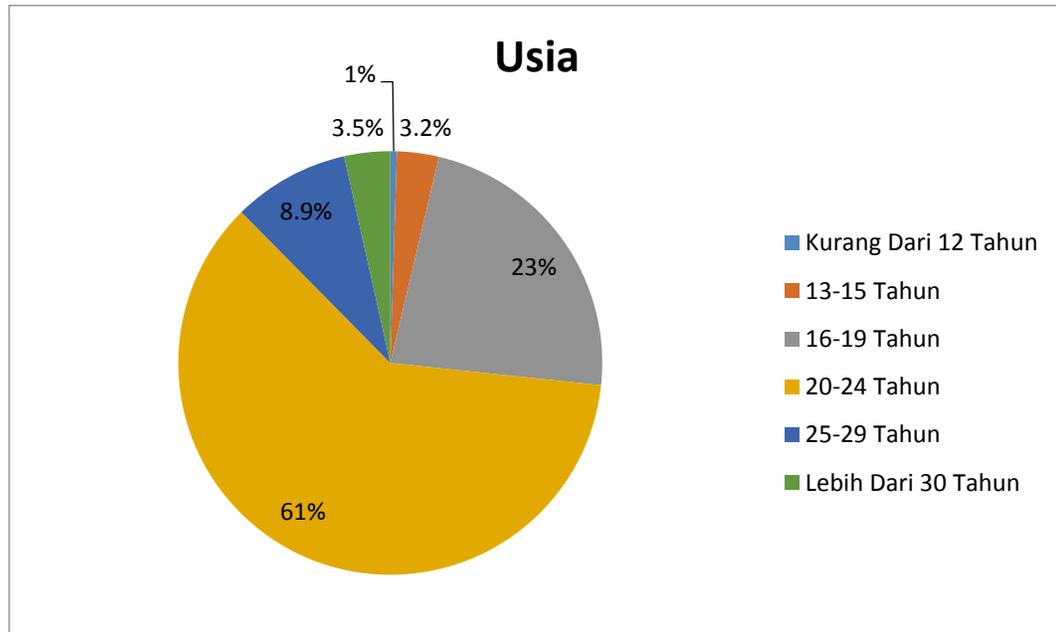
Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah *subscriber* Reza Oktovian yang aktif dalam menonton *channel* YouTube Reza Serta beberapa karakteristik tambahan seperti golongan usia maupun pekerjaan. Terdapat 405 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian kali ini. Karakteristik responden berdasarkan jumlah usia dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut :

Tabel 3. 1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent
Kurang Dari 12 Tahun	2	.5
13-15 Tahun	13	3.2
16-19 Tahun	93	23.0
Valid 20-24 Tahun	247	61.0
25-29 Tahun	36	8.9
Lebih Dari 30 Tahun	14	3.5
Total	405	100.0

Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer 2018

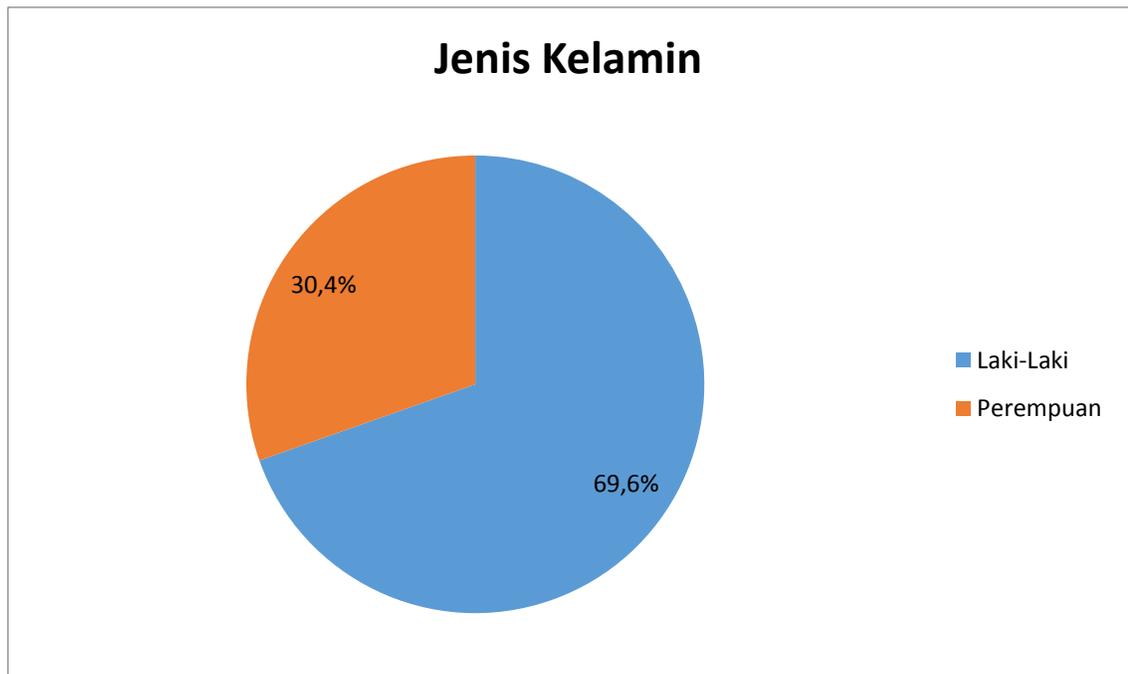
Pada Tabel 3.1 dan diagram 3.1 menunjukkan bahwa dari jumlah 405 responden mempunyai kategori golongan usia. Dari hasil data yang diperoleh, jumlah responden tertinggi dalam kategori usia adalah 247 responden yang usianya 20-24 tahun. Sementara itu data kategori usia yang memperoleh jumlah responden terkecil adalah sebanyak 2 responden yaitu kurang dari 12 tahun. Hasil perolehan data dari tingkat tertinggi hingga rendah telah dijelaskan pada tabel 3.1 dan diagram 3.1 yang dimana presentase usia 20-24 memperoleh 61% sedangkan presentase usia kurang dari 12 tahun memperoleh 1% saja. Sementara itu untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut:

Tabel 3. 2 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Laki-Laki	282	69.6
Valid Perempuan	123	30.4
Total	405	100.0

Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer 2018

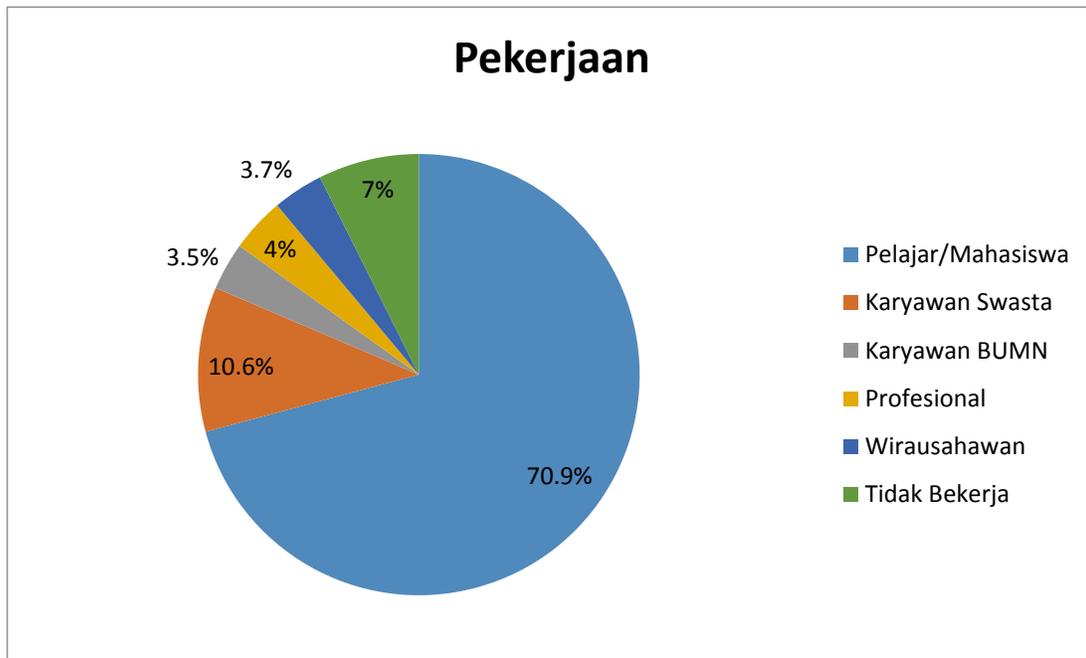
Pada Tabel 3.2 dan diagram 3.2 menunjukkan bahwa terdapat 405 responden dalam kategori jenis kelamin. Dari jumlah data yang diperoleh, terdapat 282 responden adalah berjenis kelamin laki-laki. Sementara itu, terdapat 123 responden berjenis kelamin perempuan. Hasil perolehan data dari jenis kelamin dijelaskan pada tabel 3.2 dan diagram 3.2 yang dimana presentase jenis kelamin laki-laki memperoleh hasil 69,6% sedangkan presentase jenis kelamin perempuan memperoleh 30,4% saja. Sementara untuk karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang disertakan dapat dilihat pada tabel dan diagram berikut:

Tabel 3. 3 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Atau Pekerjaan

	Frequency	Percent
Pelajar/Mahasiswa	287	70.9
Karyawan Swasta	43	10.6
Karyawan BUMN	14	3.5
Valid Profesional	16	4.0
Wirausahawan	15	3.7
Tidak Bekerja	30	7.4
Total	405	100.0

Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Atau Pekerjaan



Sumber: Data Primer 2018

Pada Tabel 3.3 dan diagram 3.3 menunjukkan bahwa dari jumlah 405 responden mempunyai kategori dalam sebuah profesi. Dari hasil data yang diperoleh, jumlah responden tertinggi dalam sebuah profesi adalah 287 responden sebagai mahasiswa atau pelajar. Sementara perolehan data terendah dalam sebuah profesi sebanyak 14 responden sebagai karyawan BUMN. Hasil perolehan data dari tingkat tertinggi hingga rendah telah dijelaskan pada tabel 3.1 dan diagram 3.1 yang dimana presentase kategori mahasiswa atau pelajar memperoleh 61% sedangkan presentase karyawan BUMN memperoleh 3,5% saja.

B. Uji Validitas Data

Pada penelitian ini terdapat 15 buah pernyataan yang kemudian diajukan kepada responden dalam bentuk kuisioner online. Menurut Notoatmodjo dalam bukunya *Metodelogi Penelitian Kesehatan* (2010) mengatakan uji validitas dilakukan kepada responden dengan jumlah total paling sedikit sebanyak 20 orang yang akan menjadi kriteria sebagai responden. Pada penelitian kali ini, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada Mahasiswa UMY sebanyak 32 orang dengan alasan karakteristik responden yang hampir sama dengan karakteristik responden penelitian. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment* dan *Alpha Cronbach* untuk reliabilitas serta menggunakan aplikasi SPSS versi 19 untuk *operating system windows*.

Rumus Pearson Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{yx} = koefisien korelasi suatu butir / item

n = jumlah subyek

x = skor suatu butir / item

y = skor total

Tabel 3. 4 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas

No Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2 Tailed)	Jumlah	Keterangan
Pernyataan No 1	,723	,000	32	VALID
Pernyataan No 2	,765(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 3	,629(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 4	,859(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 5	,322	,072	32	TIDAK VALID
Pernyataan No 6	,834(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 7	,104	,572	32	TIDAK VALID
Pernyataan No 8	,735(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 9	,850(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 10	,728(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 11	,577(**)	,001	32	VALID
Pernyataan No 12	,879(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 13	,700(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 14	,867(**)	,000	32	VALID
Pernyataan No 15	,175	,339	32	TIDAK VALID

(*) Korelasi Signifikan 0,05 (**) korelasi Signifikan 0,01

Sumber : Data Primer 2018 dan dihitung menggunakan SPSS 23

Interpretasi Nilai r Validitas Menurut Arikunto

Tabel 3. 5 Interpretasi Nilai r Validitas Menurut Arikunto

Nilai r	Interpretasi
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,61 - 0,80	Tinggi
0,41 - 0,60	Cukup
0,21 - 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Rahmiendah (2013)

Nilai signifikansi yang diambil adalah $p=0,05$ maka valid jika $r \geq 0,05$ dengan r tabel batas valid 5% adalah 0,349. Berdasarkan hasil perhitungan pengujian validitas dari (15) pernyataan yang diajukan, terdapat (3) pernyataan yang tidak valid diantaranya pertanyaan (5), (7) dan (15). Ketiga pernyataan tersebut tidak akan diikuti sertakan untuk diajukan kepada calon responden. Penyebab dari pernyataan tersebut tidak diikuti sertakan karena memiliki nilai rendah sehingga menimbulkan ketidak validtan. Adapun kemungkinan pernyataan yang diberikan mengandung makna ganda sehingga membingungkan responden.

Tahap selanjutnya sebelum mulai mengajukan kuisioner kepada responden adalah melakukan uji reliabilitas terhadap jumlah pernyataan yang telah lulus uji validitas sebelumnya. Pada uji reliabilitas ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS

versi 23 untuk OS Windows. Hasil uji reliabilitas ini terdapat pada tabel 3.6 Alpha Cronbach berikut ini.

Tabel 3.6 Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,939	12

Sumber: Data Primer 2018

Menurut Ghazali, Suatu instrumen dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh mencapai $> 0,60$. Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada kuisoner ini memiliki reliabel sebesar 0,939 dan lebih dari 0,60 sehingga kuisoner ini sudah dapat diajukan kepada responden.

C. Analisis Data

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada sebuah kuisoner hingga menghasilkan (12) pernyataan yang valid dan reliabel untuk diajukan kepada responden yang berjumlah total 413 responden dengan pembagian (4) indikator yang diantaranya terdapat (5) pernyataan dari indikator motif hiburan dan relaksasi, (3) pernyataan indikator dari motif hubungan antar pribadi, (3) pernyataan dari indikator motif mencari informasi, (1) pernyataan dari indikator motif persahabatan. Kuisoner tersebut dibagikan secara online dengan menggunakan situs web google form yang

dimana responden akan diberikan tautan untuk mengacu pada form kuisioner. Sementara itu teknik yang digunakan untuk mengolah data menggunakan rumus statistik deskriptif mean, median dan modus dilengkapi dengan SPSS 22 untuk OS windows.

1. Gambaran Motif Hiburan Dan Relaksasi

Statistics

Hiburan Dan Relaksasi

N	Valid	405
	Missing	0
Mean		18.06
Median		19.00
Mode		20
Std. Deviation		4.575
Minimum		5
Maximum		25
Sum		7316

Sumber: Data Primer 2018

Olah data yang pertama akan dilakukan pada data motif hiburan dan relaksasi. Pada motif tersebut terdapat 5 butir pernyataan dimulai dari nomor 1 sampai dengan nomor 5. Melalui hasil pengolahan data yang menggunakan software SPSS 23 OS windows peneliti menemukan hasil dari nilai mean atau nilai rata-rata untuk motif hiburan dan relaksasi adalah sebesar 18,06 kemudian untuk nilai median atau nilai tengah pada data tersebut sebesar 19,00. Nilai modus atau nilai yang sering muncul

pada motif hiburan dan relaksasi diperoleh sebesar 20 dan untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk ini adalah sebesar 4,575. Selanjutnya data tersebut digunakan.

Arikunto dan Suharsimi dalam bukunya *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (2006) menjelaskan bahwa sebuah data dapat dibagi menjadi tiga kelompok kelas yakni rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut:

$$X < Y - SD : \text{Kriteria Rendah}$$

$$Y - SD \leq X \leq Y + SD : \text{Kriteria Sedang}$$

$$X > Y + SD : \text{Kriteria Tinggi}$$

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Tabel 3. 7 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Hiburan dan relaksasi

Skor Motif Hiburan	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase (%)
$X < 13.485$	Rendah	63	15.6
$13.485 \leq X \leq 22.635$	Sedang	285	70.4
$X > 22.635$	Tinggi	57	14.1

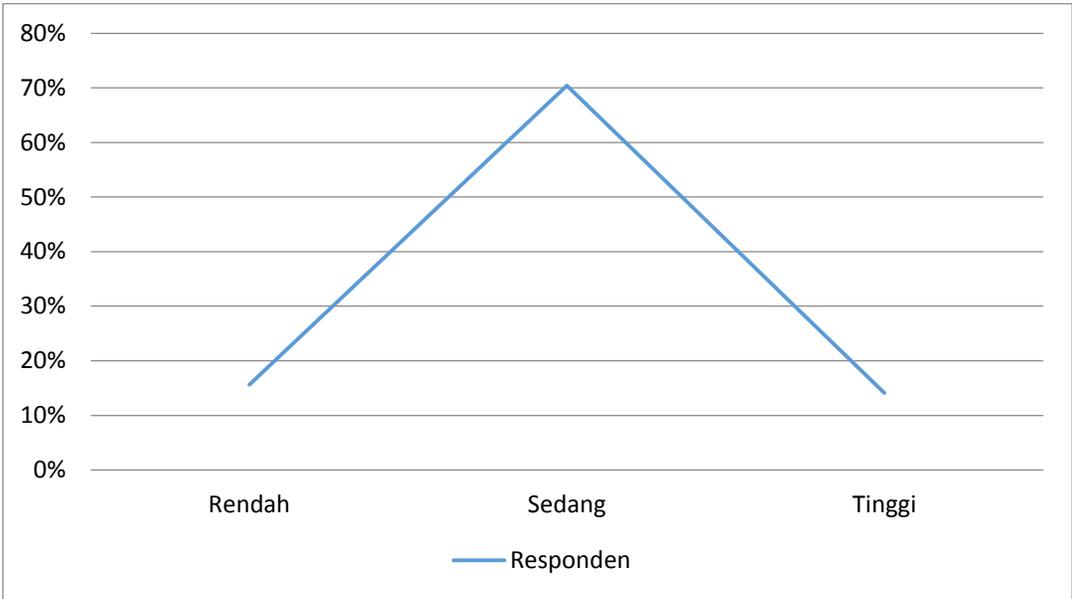
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.7 digambarkan bahwa sebanyak 63 responden dengan jumlah presentase (15,6%) termasuk kedalam kriteria rendah yang berarti motif hiburan dan

relaksasi tidak terlalu mempengaruhi para *subscriber* Reza Oktovian dalam menonton *channel*nya tersebut. Sementara itu sebanyak 285 responden (70,4%) mendapatkan kriteria sedang dalam motif hiburan dan relaksasi yang dimana bagi mereka motif hiburan dan relaksasi tersebut cukup mempengaruhi mereka dalam menonton konten video yang dibuat oleh Reza Oktovian. Kriteria selanjutnya ada sebanyak 57 responden (14,1%) termasuk kedalam kriteria tinggi yakni dimana motif hiburan dan relaksasi termasuk dalam salah satu motif yang mempengaruhi mereka untuk menonton *channel* YouTube Reza Oktovian.

Untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil yang ada pada Tabel 3.7 akhirnya peneliti membentuk sebuah diagram poligon yang akan dijelaskan pada Diagram 3.4 sebagai berikut:

Diagram 3. 4 Gambaran Diagram Poligon Motif Hiburan dan relaksasi



Sumber: Data Primer 2018

2. Gambaran Motif Hubungan Antar Pribadi

Statistics

N	Valid	405
	Missing	0
Mean		9.82
Median		10.00
Mode		9
Std. Deviation		3.063
Minimum		3
Maximum		15
Sum		3977

Sumber: Data Primer 2018

Olah data berikutnya dilakukan pada data hubungan antar pribadi. Pada motif tersebut terdapat 3 butir pernyataan dimulai dari nomor 6 sampai dengan nomor 8. Melalui hasil pengolahan data yang menggunakan software SPSS 23 OS windows peneliti menemukan hasil dari nilai mean atau nilai rata-rata untuk motif hiburan dan relaksasi adalah sebesar 9,82 kemudian untuk nilai median atau nilai tengah pada data tersebut sebesar 10,00. Nilai modus atau nilai yang sering muncul pada motif hiburan dan relaksasi diperoleh sebesar 9 kemudian untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk ini adalah sebesar 3,063. Langkah selanjutnya dalam pengolahan data ini adalah menentukan kriteria kelompok responden menggunakan ketentuan yang sama

dengan ketentuan data keseluruhan motif yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram berupa histogram dan poligon.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan:

X: Skor Keseluruhan Motif

Y: Skor Rata – Rata (Mean)

SD: Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Tabel 3. 8 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Hubungan Antar Pribadi

Skor Motif Hiburan	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase (%)
$X < 6.757$	Rendah	63	15.6
$6.757 \leq X \leq 12.883$	Sedang	262	64.7
$X > 12.883$	Tinggi	80	19.8

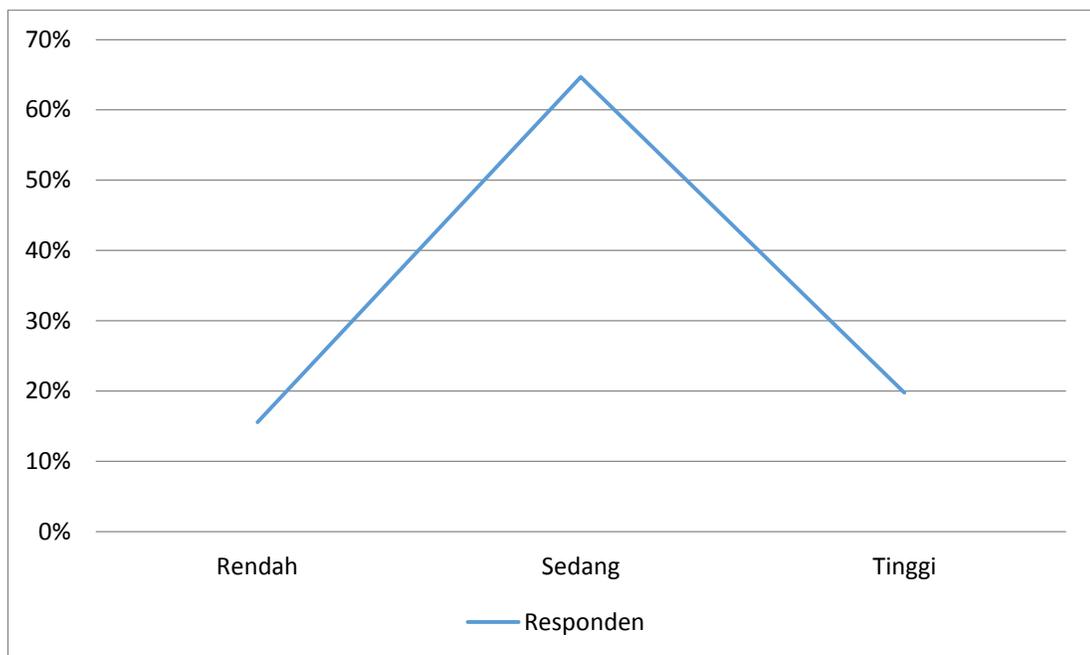
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.8 digambarkan bahwa sebanyak 63 responden dengan jumlah presentase (15,6%) termasuk kedalam kriteria rendah yang berarti motif hiburan dan relaksasi tidak terlalu mempengaruhi para *subscriber* Reza Oktovian dalam menonton *channelnya* tersebut. Sementara itu sebanyak 262 responden (64,7%) mendapatkan

kriteria sedang dalam motif hiburan dan relaksasi yang dimana bagi mereka motif hiburan dan relaksasi tersebut cukup mempengaruhi mereka dalam menonton konten video yang dibuat oleh Reza Oktovian. Kriteria selanjutnya ada sebanyak 80 responden (19,8%) termasuk kedalam kriteria tinggi yakni dimana motif hiburan dan relaksasi termasuk dalam salah satu motif yang mempengaruhi mereka untuk menonton *channel* YouTube Reza Oktovian.

Untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil yang ada pada Tabel 3.8 akhirnya peneliti membentuk sebuah diagram poligon yang akan dijelaskan pada Diagram 3.5 sebagai berikut :

Diagram 3. 5 Gambaran Poligon Motif Hubungan Antar Pribadi



Sumber: Data Primer 2018

3. Gambaran Motif Mencari informasi

Statistics

Mencari Informasi		
N	Valid	405
	Missing	0
Mean		10.54
Median		11.00
Mode		12
Std. Deviation		3.007
Minimum		3
Maximum		15
Sum		4268

Sumber: Data Primer 2018

Olah data yang berikutnya dilakukan pada data motif mencari informasi. Pada motif tersebut terdapat 3 butir pernyataan dimulai dari nomor 9 sampai dengan nomor 11. Melalui hasil pengolahan data yang menggunakan software SPSS 23 OS windows peneliti menemukan hasil dari nilai mean atau nilai rata-rata untuk motif hiburan dan relaksasi adalah sebesar 10,54 kemudian untuk nilai median atau nilai tengah pada data tersebut sebesar 11,00. Nilai modus atau nilai yang sering muncul pada motif hiburan dan relaksasi diperoleh sebesar 12 dan untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk ini adalah sebesar 3,007. Selanjutnya data tersebut digunakan untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil akhirnya akan dibentuk dalam tabel dan diagram baik diagram histogram ataupun poligon.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Tabel 3. 9 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Mencari Informasi

Skor Motif Mencari Informasi	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase
$X < 7.533$	Rendah	61	15.1
$7.533 \leq X \leq 13.547$	Sedang	280	69.1
$X > 13.547$	Tinggi	64	15.8

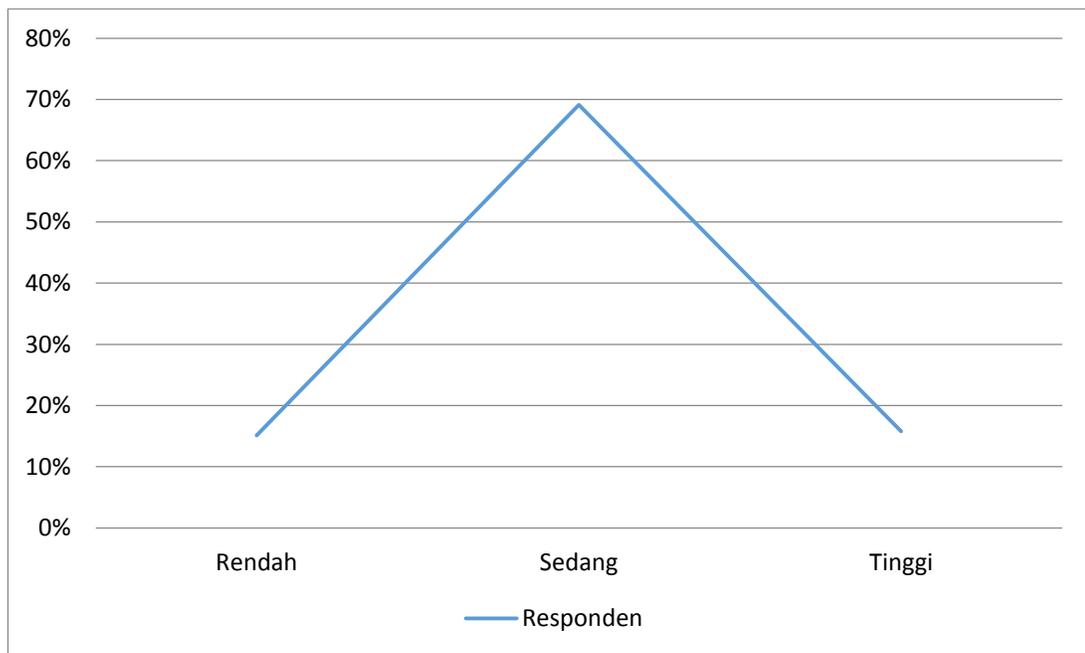
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.9 digambarkan bahwa sebanyak 61 responden dengan jumlah presentase (15,1%) termasuk kedalam kriteria rendah yang berarti motif hiburan dan relaksasi tidak terlalu mempengaruhi para *subscriber* Reza Oktovian dalam menonton *channel*nya tersebut. Sementara itu sebanyak 280 responden (69,1%) mendapatkan kriteria sedang dalam motif hiburan dan relaksasi yang dimana bagi mereka motif hiburan dan relaksasi tersebut cukup mempengaruhi mereka dalam menonton konten video yang dibuat oleh Reza Oktovian. Kriteria selanjutnya ada sebanyak 64

responden (15,8%) termasuk kedalam kriteria tinggi yakni dimana motif hiburan dan relaksasi termasuk dalam salah satu motif yang mempengaruhi mereka untuk menonton *channel* YouTube Reza Oktovian.

Untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil yang ada pada Tabel 3.9 akhirnya peneliti membentuk sebuah diagram histogram ataupun poligon yang akan dijelaskan pada Diagram 3.6 sebagai berikut :

Diagram 3. 6 Gambaran Diagram Poligon Motif Mencari Informasi



Sumber: Data Primer 2018

4. Gambaran Motif Persahabatan

Statistics

Persahabatan

N	Valid	405
	Missing	0
Mean		3.36
Median		3.00
Mode		3
Std. Deviation		1.101
Minimum		1
Maximum		5
Sum		1361

Sumber: Data Primer 2018

Olah data yang pertama akan dilakukan pada data motif hiburan dan relaksasi. Pada motif tersebut terdapat 1 butir pernyataan yang dimana pertanyaan tersebut tertera pada nomor 12 saja. Melalui hasil pengolahan data yang menggunakan software SPSS 22 OS windows peneliti menemukan hasil dari nilai mean atau nilai rata-rata untuk motif hiburan dan relaksasi adalah sebesar 3,36 kemudian untuk nilai median atau nilai tengah pada data tersebut sebesar 3,00. Nilai modus atau nilai yang sering muncul pada motif hiburan dan relaksasi diperoleh sebesar 3 kemudian untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk ini adalah sebesar 1,101. Selanjutnya data tersebut digunakan untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil

akhirnya akan dibentuk dalam tabel dan diagram baik diagram histogram ataupun poligon.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Tabel 3. 10 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Persahabatan

Skor Motif Persahabatan	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase
$X < 2.259$	Rendah	81	20.0
$2.259 \leq X \leq 4.461$	Sedang	261	64.4
$X > 4.461$	Tinggi	63	15.6

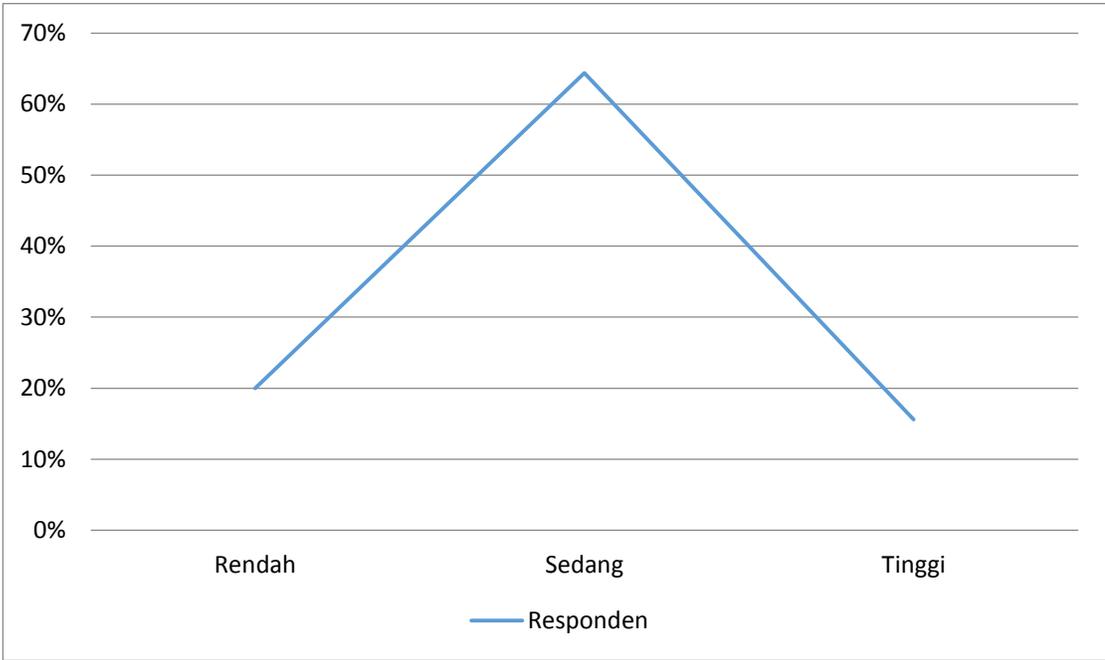
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.10 digambarkan bahwa sebanyak 81 responden dengan jumlah presentase (20,6%) termasuk kedalam kriteria rendah yang berarti motif hiburan dan relaksasi tidak terlalu mempengaruhi para *subscriber* Reza Oktovian dalam menonton *channelnya* tersebut. Sementara itu sebanyak 261 responden (64,4%) mendapatkan

kriteria sedang dalam motif hiburan dan relaksasi yang dimana bagi mereka motif hiburan dan relaksasi tersebut cukup mempengaruhi mereka dalam menonton konten video yang dibuat oleh Reza Oktovian. Kriteria selanjutnya ada sebanyak 63 responden (15,6%) termasuk kedalam kriteria tinggi yakni dimana motif hiburan dan relaksasi termasuk dalam salah satu motif yang mempengaruhi mereka untuk menonton *channel* YouTube Reza Oktovian.

Untuk membuat kelompok kriteria responden dengan hasil yang ada pada Tabel 3.10 akhirnya peneliti membentuk sebuah diagram histogram ataupun poligon yang akan dijelaskan pada Diagram 3.7 sebagai berikut :

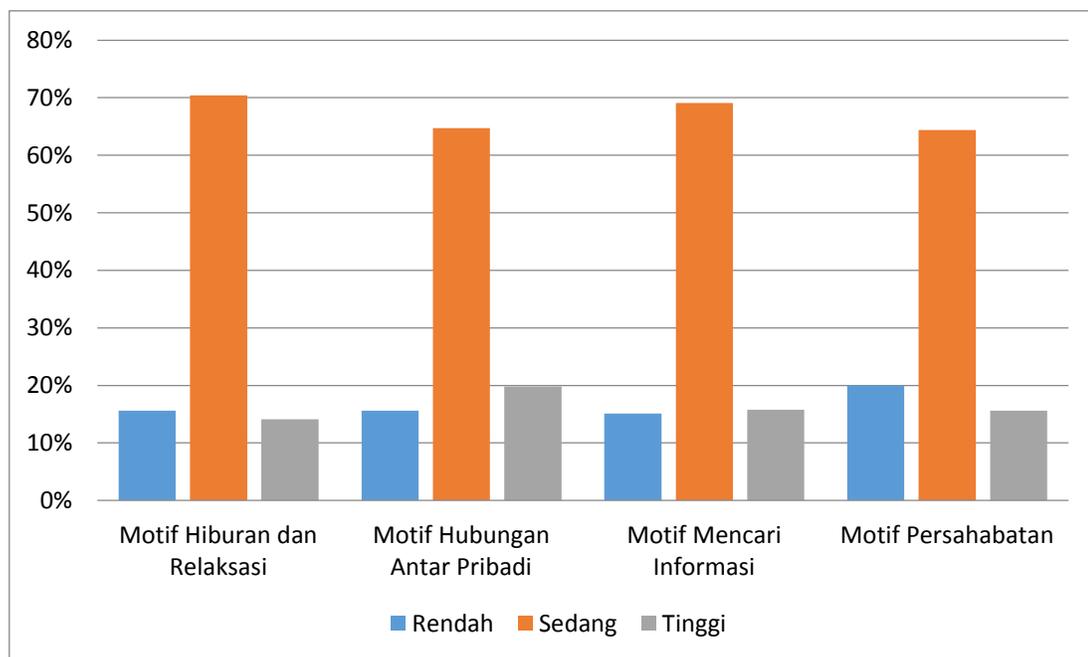
Diagram 3. 7 Gambaran Diagram Poligon Motif Persahabatan



Sumber: Data Primer 2018

Sehingga keempat motif tersebut jika digambarkan dalam bentuk diagram maka dapat diketahui motif apa saja yang paling banyak mempengaruhi para *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian yang tertera pada diagram 3.8 berikut

Diagram 3.8 Persentase Keseluruhan Motif Subscriber Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian



Sumber: Data Primer 2018

Pada diagram 3.8 menjelaskan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang pada setiap motif yang ada. Meskipun demikian, pada posisi pertama motif yang paling mempengaruhi responden dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian adalah motif hiburan dan relaksasi. Hal ini dapat dilihat bahwa sebanyak 70,4% responden berada pada motif tersebut diikuti dengan motif mencari informasi pada posisi kedua dengan perolehan 69,1% responden. Sementara itu pada posisi

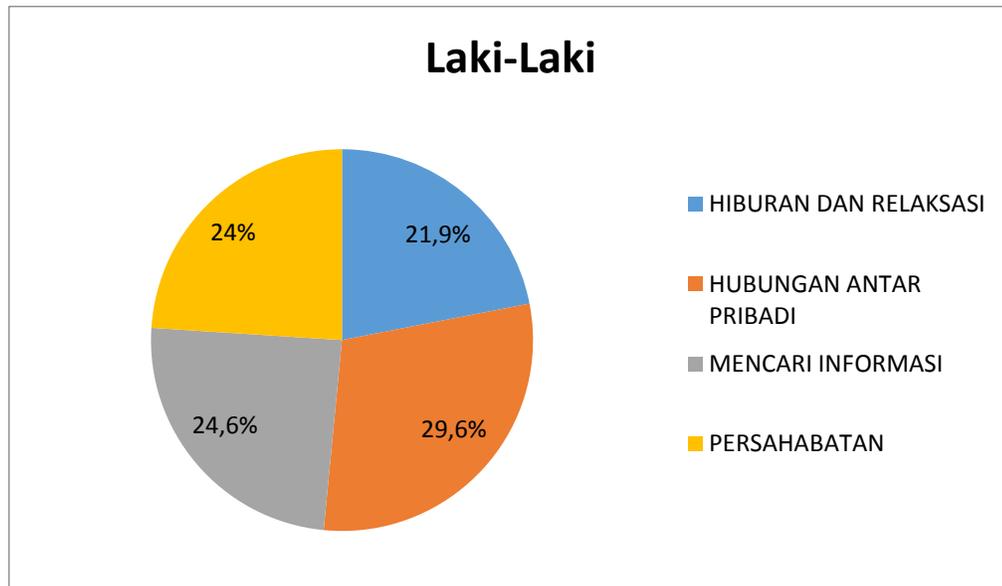
ketiga ditempati oleh motif hubungan antar pribadi dengan perolehan 64,7% responden dan pada posisi terakhir motif yang kurang mempengaruhi responden dalam menonton *channel* Youtube Reza Oktovian adalah motif persahabatan dengan perolehan 64,4%.

Berdasarkan penjelasan analisis data diatas, peneliti mencenderungkan ketiga jenis karakteristik responden utama. Ketiga karakteristik tersebut merupakan pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, usia, serta jenis profesi. Dari ketiga karakteristik tersebut akan dicenderungkan dengan keempat motif yang nantinya akan dikelompokan berdasarkan kategori nilai tertinggi. Sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh motif tersebut terhadap responden.

5. Motif Subscriber berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian kal ini, hasil pengolahan data tersebut untuk kelompok jenis kelamin ditemukan bahwa sebanyak 282 responden (69.6%) dari total 405 responden berjenis kelamin laki-laki sementara jenis kelamin perempuan hanya sebanyak 123 responden (30,4%). Dalam penelitian ini juga menemukan hasil kecenderungan responden dengan jenis kelamin terhadap keempat motif. Kemudian hasil olah data dari kriteria jenis kelamin akan dicenderungkan berdasarkan keempat motif yang ada. Keempat motif tersebut diantaranya adalah motif hiburan dan relaksasi, motif hubungan antarpribadi, motif informasi, serta motif persahabatan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

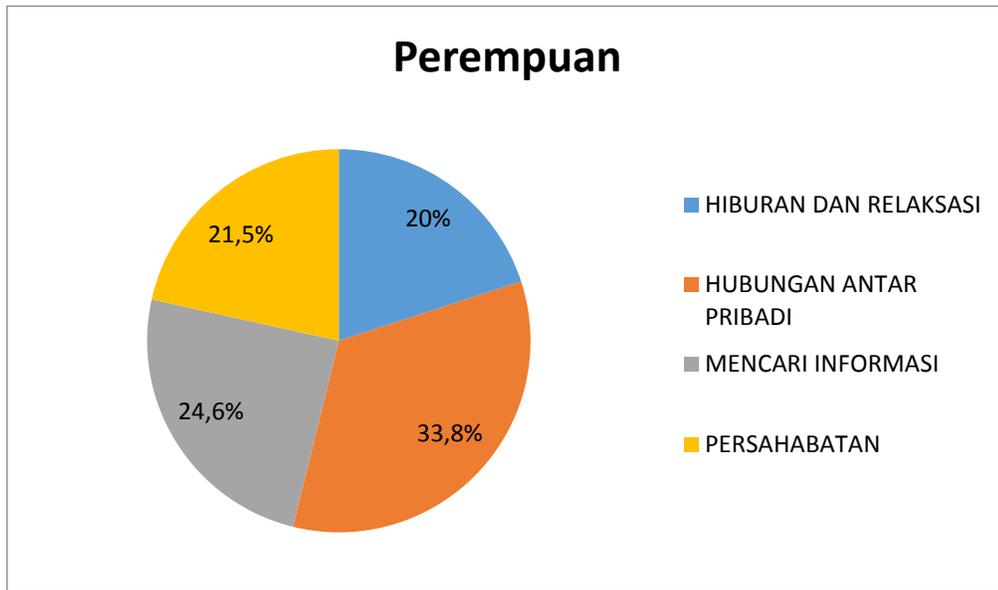
**Diagram 3.9 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Laki-laki
Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian**



Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan penjelasan diagram jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan diatas, diketahui kecenderungan responden laki-laki sebanyak (29,6%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (24,6%), kemudian motif persahabatan sebanyak (24%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (21,9%). Sedangkan penjelasan diagram jenis kelamin perempuan yang telah dijelaskan diatas, diketahui kecenderungan responden perempuan sebanyak (33,8%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (24,6%), kemudian motif persahabatan sebanyak (21,5%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (20%).

**Diagram 3.10 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Perempuan
Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian**



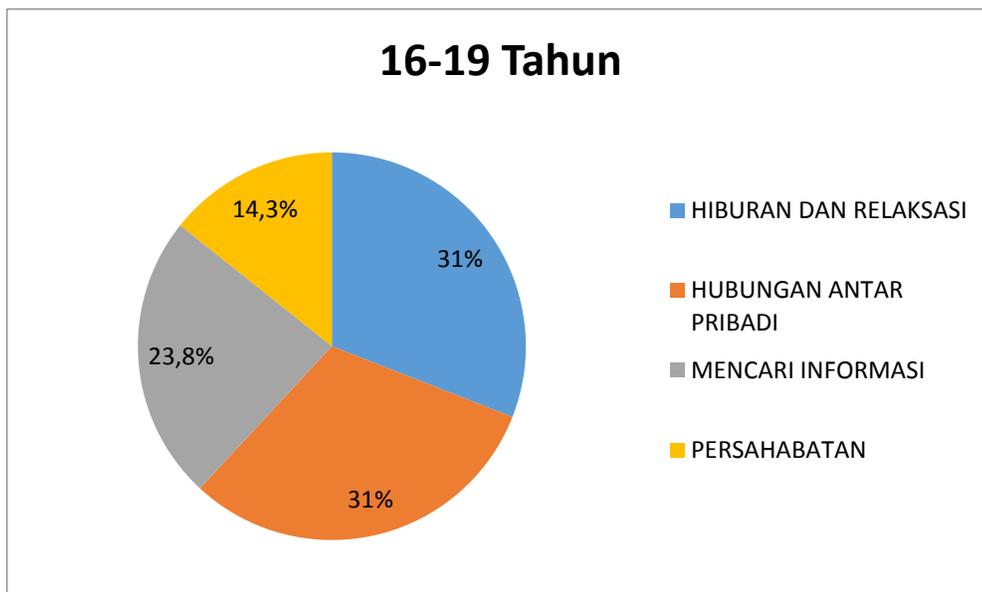
Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan penjelasan diagram jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan diatas, diketahui kecenderungan responden laki-laki sebanyak (29,6%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (24,6%), kemudian motif persahabatan sebanyak (24%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (21,9%). Sedangkan penjelasan diagram jenis kelamin perempuan yang telah dijelaskan diatas, diketahui kecenderungan responden perempuan sebanyak (33,8%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (24,6%), kemudian motif persahabatan sebanyak (21,5%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (20%).

6. Motif Subscriber berdasarkan Usia

Pada penelitian kali ini, hasil pengolahan data dari total 405 responden menemukan 247 (61%) responden berusia 20-24 tahun, 93 (23%) responden berusia 16-19 tahun, 36 (8,9%) responden berusia 25-29 tahun, 13 (3,2%) responden berusia 13-15 tahun, 14 (3,5%) responden lebih dari 30 tahun, 2 (0,5%) responden kurang dari 12 tahun. Dalam penelitian ini juga menemukan hasil kecenderungan responden kategori usia terhadap keempat motif. Dalam penelitian ini juga mengambil tiga kelompok responden yang diantaranya usia 16-19 tahun, 20-24 tahun, serta 25-29 tahun. Ketiga jenis usia tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

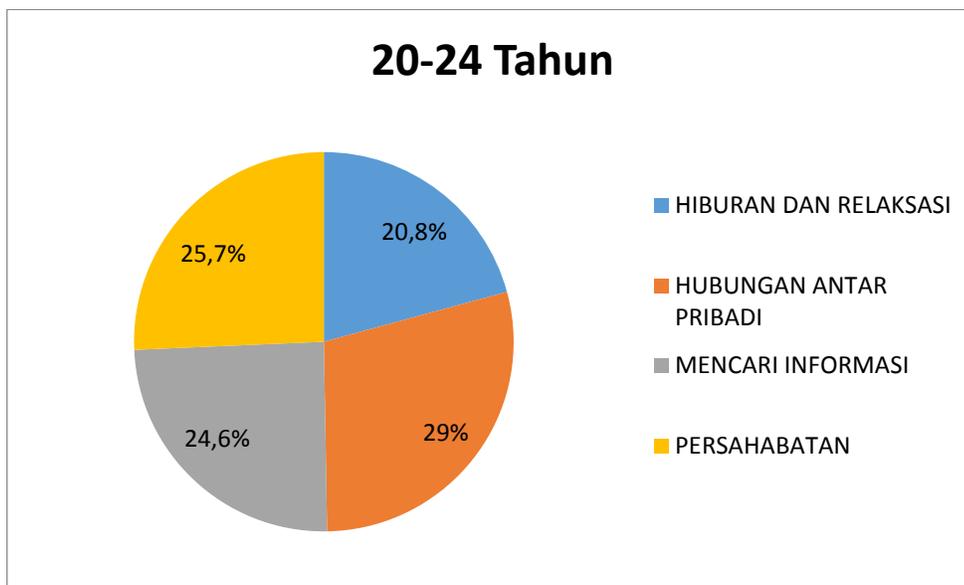
Diagram 3.11 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Berdasarkan Usia 16-19 Tahun Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian



Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan penjelasan diagram jenis usia yang telah dijelaskan diatas, diketahui kecenderungan responden usia 16-19 tahun sebanyak (31%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (23,8%), kemudian motif persahabatan sebanyak (14,3%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (31%).

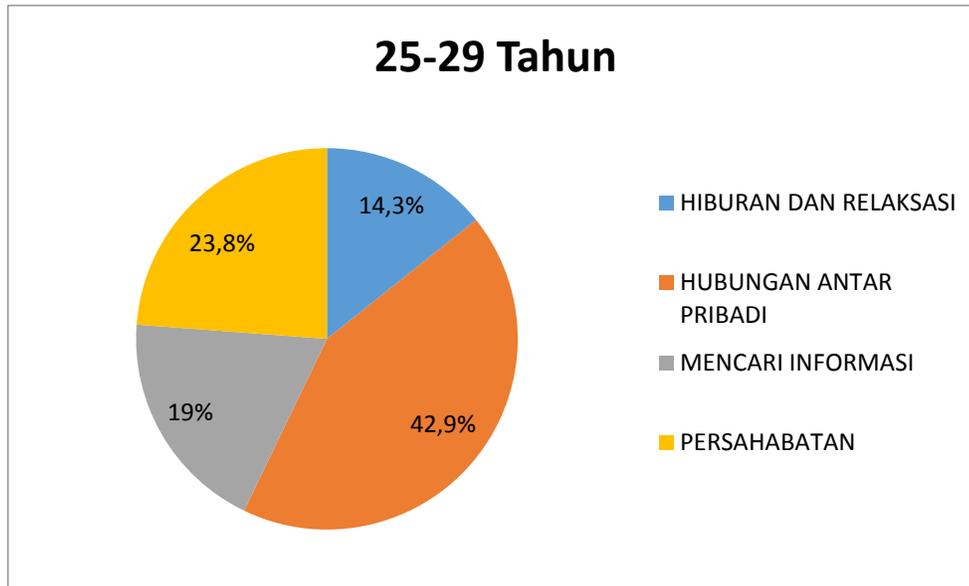
Diagram 3.12 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Berdasarkan Usia 20-24 Tahun Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian



Sumber: Data Primer 2018

Kecenderungan responden berikutnya yaitu berada pada usia 20-24 tahun. Dapat diketahui persentase kecenderungan responden usia 20-24 sebanyak (29%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (24,6%), kemudian motif persahabatan sebanyak (25,7%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (20,8%).

Diagram 3.13 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia 25-29 Tahun Dalam Menonton Channel YouTube Reza Oktovian



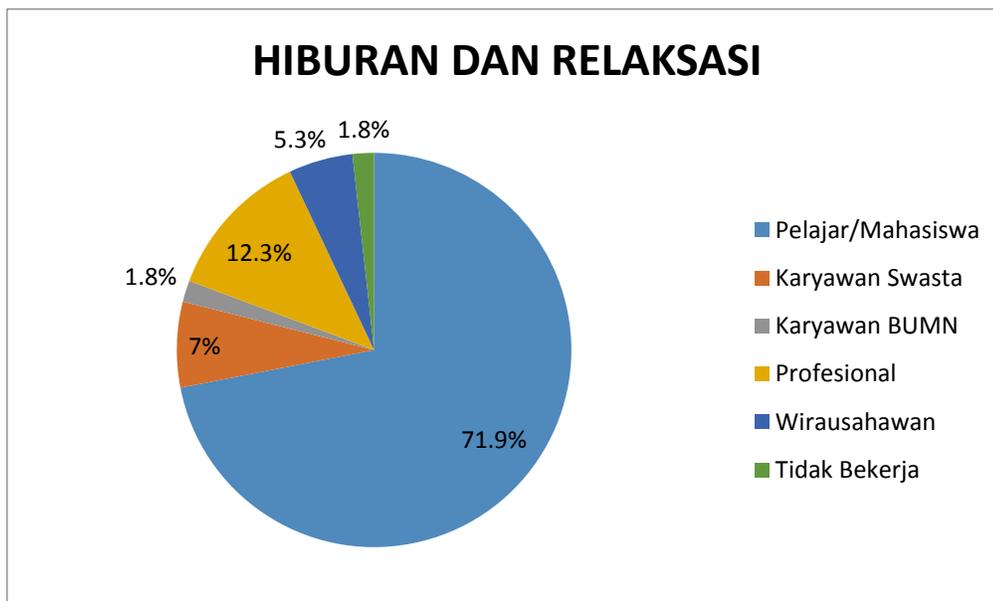
Sumber: Data Primer 2018

Kemudian rentan pada usia 25-29 tahun ditemukan (42,9%) cenderung kepada motif hubungan antarpribadi, lalu diikuti dengan motif informasi sebanyak (19%), kemudian motif persahabatan sebanyak (23,8%), serta motif hiburan dan relaksasi sebanyak (14,3%).

7. Motif Subscriber berdasarkan Profesi

Pada penelitian kali ini, hasil pengolahan data dari total 405 responden terdapat 287 (70,9%) responden sebagai mahasiswa atau pelajar, 43 (10,6%) sebagai karyawan swasta, 30 (7,4%) responden tidak bekerja, 16 (4%) responden sebagai ahli profesi seperti (Guru, Dosen, Dokter, Editor, YouTuber, DLL), 15 (3,7%) responden sebagai wirausahawan, serta 14 (3,5%) responden sebagai karyawan BUMN. Kemudian hasil olah data dari bidang profesi ataupun pekerjaan akan dicenderungkan berdasarkan keempat motif yang ada. Keempat motif tersebut diantaranya adalah motif hiburan dan relaksasi, motif hubungan antarpribadi, motif informasi, serta motif persahabatan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

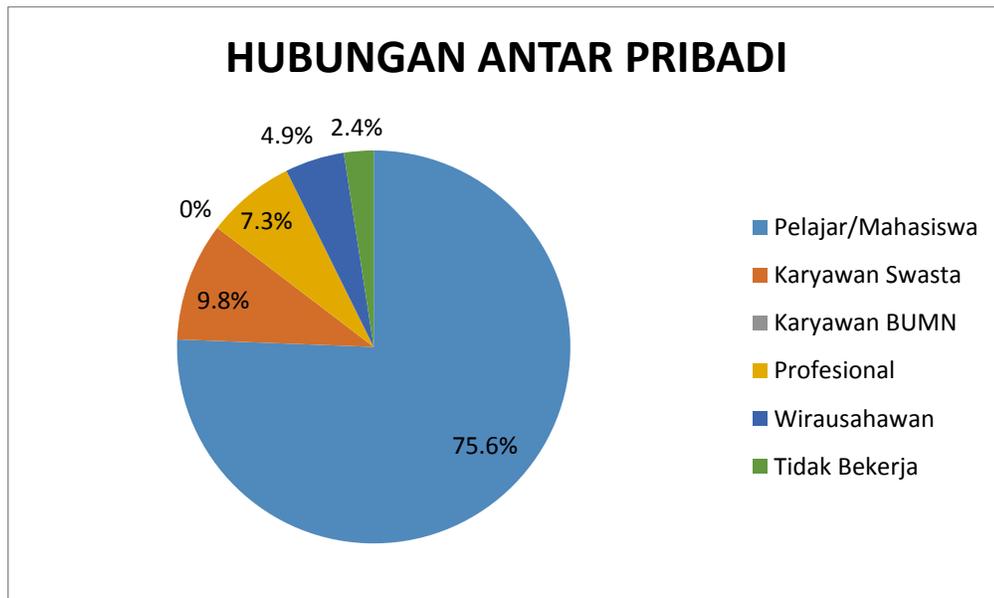
Diagram 3.14 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Jenis Profesi Terhadap Motif Hiburan Dan Relaksasi



Sumber: Data Primer 2018

Dari penjelasan diagram diatas, dapat diketahui bahwa kecendrungan responden dengan nilai persentase terbesar berdasarkan profesi terhadap motif hiburan dan relaksasi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian adalah pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak (71,9%). Kemudian diikuti dengan Profesional (Guru, Dosen, Editor, YouTuber, DLL) sebanyak (12,3%),karyawan swasta sebanyak (7%), wirausahawan sebanyak (5,3%), karyawan BUMN sebanyak (1,8%), serta tidak bekerja (1,8%).

Diagram 3.15 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Jenis Profesi Terhadap Motif Hubungan Antar Pribadi

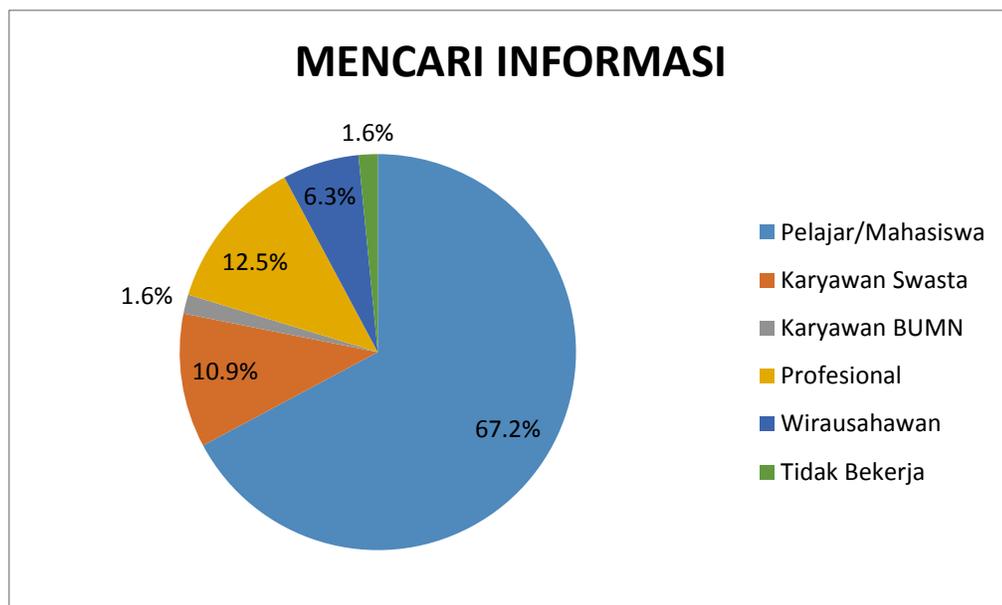


Sumber: Data Primer 2018

Dari penjelasan diagram diatas, dapat diketahui bahwa kecendrungan responden dengan nilai persentase terbesar berdasarkan profesi terhadap hubungan antarpribadi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian adalah pelajar atau

mahasiswa yaitu sebanyak (75,6%). Kemudian diikuti dengan karyawan swasta sebanyak (9,8%), profesional (Guru, Dosen, Editor, YouTuber, DLL) sebanyak (7,3%), wirausahawan sebanyak (4,9%), tidak bekerja (2,4%). Dan juga karyawan BUMN sebanyak (0%).

Diagram 3.15 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Jenis Profesi Terhadap Motif Informasi

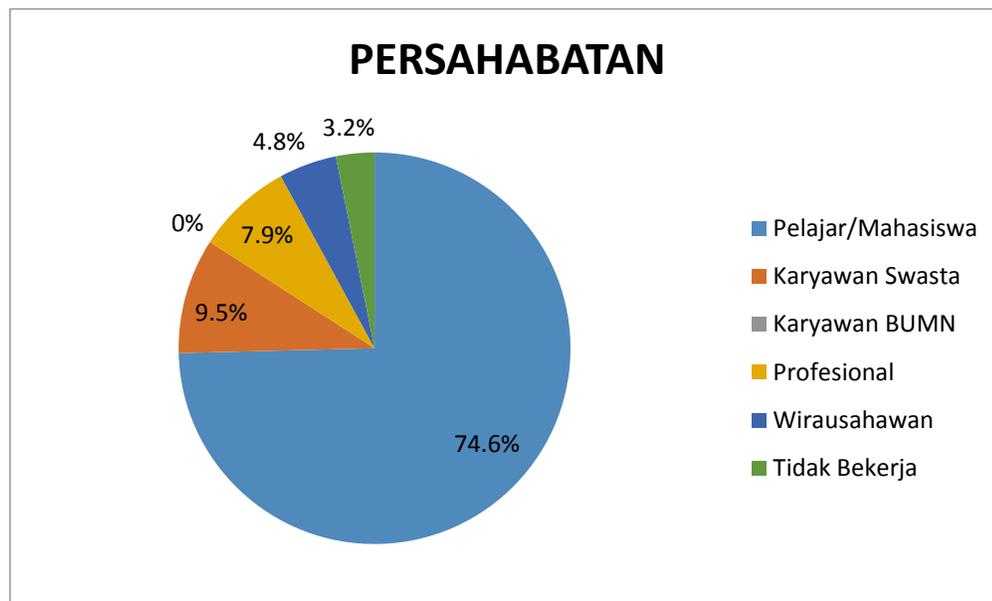


Sumber: Data Primer 2018

Dari penjelasan diagram diatas, dapat diketahui bahwa kecendrungan responden dengan nilai persentase terbesar berdasarkan profesi terhadap motif informasi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian adalah pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak (67,2%). Kemudian diikuti dengan profesional (Guru, Dosen, Editor, YouTuber, DLL) sebanyak (12,5%), karyawan swasta sebanyak

(10,9%), wirausahawan sebanyak (6,3%), tidak bekerja (1,6%). Dan juga karyawan BUMN sebanyak (1,6%).

Diagram 3.16 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Jenis Profesi Terhadap Motif Persahabatan



Sumber: Data Primer 2018

Dari penjelasan diagram diatas, dapat diketahui bahwa kecendrungan responden dengan nilai persentase terbesar berdasarkan profesi terhadap hubungan antarpribadi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian adalah pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak (74,6%). Kemudian diikuti dengan karyawan swasta sebanyak (9,5%), profesional (Guru, Dosen, Editor, YouTuber, DLL) sebanyak (7,9%), wirausahawan sebanyak (4,8%), tidak bekerja (3,2%). Dan juga karyawan BUMN sebanyak (0%).

D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisioner yang memiliki 12 butir pernyataan dengan opsi jawaban yang menggunakan skala likert. Pertanyaan tersebut disebar secara *online* yang kemudian di terima oleh 405 responden. Responden tersebut adalah para *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian. Dalam penelitian ini juga didasarkan pada sebuah jurnal penelitian yang dilakukan oleh Adinda Mellyaningsih pada tahun 2016 dengan judul “*Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika*”. Dalam penelitian tersebut, terdapat empat indikator motif seseorang menonton YouTube, yaitu motif hiburan dan relaksasi, mencari informasi, hubungan antar pribadi, serta persahabatan (Hanson & Haridakis: 2008).

Dengan menggunakan software SPSS 23 dan Microsoft Excel, penelitian ini juga menggunakan bentuk skala likert yang digunakan untuk mengukur data antara lain: Angka 1: responden mengatakan sangat tidak setuju (STS), Angka 2: responden mengatakan tidak setuju (TS), Angka 3: responden mengatakan netral (N), Angka 4: responden mengatakan setuju (S), dan Angka 5: responden mengatakan sangat setuju (SS). Untuk mengetahui nilai tengah, nilai rata-rata, nilai yang paling sering muncul dan simpangan baku pada setiap motifnya, kemudian peneliti mengelompokkan responden berdasarkan tiga kriteria yakni dalam kategori rendah, kategori sedang dan kategori tinggi sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh motif tersebut kepada responden. Pada saat penelitian ini, karakteristik responden juga dibedakan

lagi menjadi tiga karakteristik yang diantaranya kriteria jenis kelamin, usia, serta profesi. Tujuan menentukannya ketiga karakteristik tersebut untuk menjelaskan adanya nilai tinggi terhadap seorang responden dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian. Dalam penelitian kali ini, selain membahas tentang hasil kecenderungan antara jenis kelamin, usia, serta profesi juga membahas tentang adanya jenis motif yang mendasari seorang *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian.

Motif merupakan dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam subjek untuk melakukan aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Menurut Sigmund Freud, motif merupakan energi dasar yang mendorong tingkah laku individu (Sardiman, 2007 :73). Motif menimbulkan dan memelihara kegiatan serta menentukan arah umum perilaku seseorang. Pada dasarnya motif atau kebutuhan merupakan sebuah dorongan utama dari kegiatan (Moekjiat, 2002: 15-16). Jika dikaitkan, motif yang berhubungan dengan penelitian ini sama seperti apa yang telah dijelaskan dalam jurnal penelitian Mellyaningsih (2016) dengan berjudul "*Motif Subscriber dalam menonton channel YouTube Raditya Dika*". Dalam jurnal tersebut terdapat empat indikator motif penggunaan YouTube yang diantaranya adalah motif hiburan dan relaksasi, motif informasi, motif hubungan antar pribadi, serta motif persahabatan. Penelitian ini juga bermaksud untuk menemukan nilai rata rata yang diperoleh serta kecenderungan nilai

tertinggi yang mempengaruhi seorang *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian. Keempat motif tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Motif Hiburan Dan Relaksasi

Motif pertama pada penelitian ini adalah motif hiburan dan relaksasi. Motif ini juga menjadi salah satu motif utama dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil olah data, penelitian ini menemukan bahwa pada motif hiburan dan relaksasi ini cukup signifikan yang terlihat pada diagram 3.8 yaitu dengan nilai rata-rata motif hiburan dan relaksasi sebanyak 70,4%. Pada motif ini juga mempunyai kriteria nilai tinggi sebesar 15,6% serta mempunyai kriteria nilai rendah sebesar 14,1%. Jika motif hiburan dan relaksasi dilihat dari kriteria responden tertinggi, pada motif tersebut menduduki peringkat terakhir setelah motif persahabatan. Nilai tersebut dilihat dari data kecenderungan berdasarkan jenis kelamin, jenis usia serta profesi yang akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Diketahui kriteria jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan pada diagram 3.9 sebelumnya, kecenderungan motif hiburan dan relaksasi sebanyak (21,9%). kemudian diketahui juga motif hiburan dan relaksasi jika dilihat dari kriteria jenis kelamin perempuan yang telah dijelaskan pada diagram 3.10 sebanyak (20%).
- b. Kemudian motif hiburan dan relaksasi jika dilihat dari kriteria jenis usia, diketahui kecenderungan responden usia 16-19 dengan motif hiburan dan relaksasi sebanyak (31%) penjelasan tersebut ada pada diagram 3.11 yang

dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya diagram 3.12 menjelaskan pada usia 20-24 tahun diketahui motif hiburan dan relaksasi sebanyak (20,8%). Serta diagram 3.13 menjelaskan pada usia 25-29 tahun motif hiburan dan relaksasi ditemukan sebanyak (14,3%).

- c. Berdasarkan penjelasan diagram 3.14, diketahui kecenderungan responden dalam jenis profesi terhadap motif hiburan dan relaksasi sebanyak (71,9%) sebagai pelajar atau mahasiswa.

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif hiburan dan relaksasi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui bahwa motif hiburan dan relaksasi menjadi faktor utama *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dengan nilai rata-rata 70,4%. Terlihat dalam konten VLOG dan juga konten musik *chanel* Reza, dari kedua konten tersebut mengarah kepada motif hiburan dan relaksasi. Diketahui seorang *subscriber* dalam menonton konten tersebut karena hanya ingin mengisi waktu luang, kemudian bersenang-senang, melepaskan rasa kepenatan, hingga menghilangkan rasa kebosanan. Motif hiburan dan relaksasi mengarah pada kegiatan yang dimana membuat seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang mampu melepaskan diri mereka dari kepenatan, masalah atau sekedar menghilangkan rasa bosan. Menurut Anita Whiting dan David Williams (2013) dalam sebuah jurnal penelitian yang berjudul “*Why people use social media: a uses and gratifications approach*”, sebanyak 76% responden menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang. Dalam sebuah media, seseorang bebas memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau

media yang digunakan untuk bersenang- senang. Dalam penelitian ini juga sesuai dengan temuan yang telah dijelaskan dalam penelitian Reagan dalam William Gunawan 2017 mengenai YouTube sebagai media sosial video sharing dan juga media hiburan yang paling populer dengan jumlah pengguna 66% dari penduduk Indonesia.

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif hiburan dan relaksasi, dapat diketahui bahwa motif hiburan dan relaksasi menjadi faktor utama *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dengan nilai rata-rata 70,4%. Hasil yang sama juga berlaku dalam jurnal penelitian oleh Mellyaningsih, yang menunjukkan bahwa hasil rata-rata dalam motif hiburan dan relaksasi merupakan motif utama dalam menonton *channel* YouTube Raditya Dika. Hal ini juga serupa dengan jurnal penelitian William Gunawan 2017 yang menjelaskan tentang motif hiburan dan relaksasi memiliki daya tarik yang tinggi pada penelitiannya.

2. Motif Informasi

Motif tertinggi yang kedua pada penelitian ini adalah motif informasi. Berdasarkan hasil olah data, penelitian ini menemukan bahwa pada motif informasi ada diurutan kedua setelah motif hiburan dan relaksasi yang terlihat pada diagram 3.8 yaitu dengan nilai rata-rata sebanyak 69,1%. Pada motif ini juga mempunyai kriteria nilai tinggi sebesar 15,8% serta mempunyai kriteria nilai rendah sebesar 15,1%. Motif informasi jika dilihat dari kriteria responden tertinggi, pada motif tersebut menduduki peringkat terakhir setelah motif persahabatan. Nilai kriteria tersebut dilihat dari data

kecenderungan berdasarkan jenis kelamin, jenis usia serta profesi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Diketahui kriteria jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan pada diagram 3.9 sebelumnya, kecenderungan motif hubungan antarpribadi sebanyak (24,6%). kemudian diketahui juga motif informasi jika dilihat dari kriteria jenis kelamin perempuan yang dijelaskan pada diagram 3.10 sebanyak (24,6%).
- b. Kemudian motif informasi jika dilihat dari kriteria jenis usia, diketahui kecenderungan responden usia 16-19 dalam motif informasi sebanyak (23,8%) penjelasan tersebut ada pada diagram 3.11 yang dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya diagram 3.12 menjelaskan pada usia 20-24 tahun diketahui motif informasi sebanyak (24,6%). Serta diagram 3.13 menjelaskan pada usia 25-29 tahun motif informasi ditemukan sebanyak (19%).
- c. Berdasarkan penjelasan diagram 3.16, diketahui kecenderungan responden dalam jenis profesi terhadap motif hiburan dan relaksasi sebanyak (67,2%) sebagai pelajar atau mahasiswa.

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif informasi, dapat diketahui bahwa motif informasi menjadi faktor kedua setelah motif informasi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dengan nilai 69,1%. Terlihat dalam konten *gaming* yang didalamnya berupa *update* terbaru dari game tersebut, tips dan trik dalam permainan ataupun *mereview* permainan-permainan dalam *channel* YouTube Reza, konten

tersebut mengarah kepada motif informasi. Diketahui seorang *subscriber* dalam menonton konten tersebut karena mereka ingin mencari tau tentang permainan apa saja yang dimainkan sehingga mereka tertarik untuk mencoba *game-game* yang dimainkan oleh *channel* Reza serta mengeksplor tentang *game-game* tersebut. Motif ini merupakan motif yang mendasari seseorang untuk mencari sebuah informasi mengenai hal-hal yang belum ia ketahui atau untuk membantu mereka dalam melakukan hal-hal tertentu.

Pada motif ini juga seseorang akan menggali informasi dan pengetahuan tidak hanya tentang berita saja namun bisa juga mencari informasi untuk mencapai sesuatu atau meningkatkan pemahaman mereka. Seseorang mencari informasi melalui sebuah media untuk memenuhi rasa keingintahuannya dengan mencari apa yang ia butuhkan (McQuail, 2011:71). Sehingga media pada saat ini menjadi salah satu faktor seseorang dalam mencari sebuah informasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Penggunaan suatu media akan berlangsung secara terus menerus apabila media mampu memenuhi kebutuhan individu (Littlejohn dan Foss, 2009:137). Nilai ini menunjukkan bahwa motif informasi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dianggap mampu memenuhi keinginan responden dalam mencari sebuah informasi dan menjadi sebuah faktor yang penting dari seorang *subscriber* mengakses oleh *channel* YouTube tersebut.

Hasil yang sama juga berlaku dalam jurnal penelitian oleh Mellyaningsih yang menemukan bahwa data motif tertinggi kedua ada pada motif informasi. Pada halaman ke-9 motif tertinggi kedua dari jurnal penelitian Mellyaningsih mempunyai

nilai signifikan yaitu sebesar 73%. Dalam penelitiannya tersebut juga menunjukkan bahwa motif informasi menjadi faktor yang penting *subscriber* dalam mengakses *channel* yang ditelitinya. Hal ini berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh William Gunawan tentang “*Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel ‘Kok Bisa’ di YouTube*”. Dalam penelitiannya, motif informasi menjadi faktor utama yang mempunyai nilai tinggi. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini remaja merupakan usia Explorer, maka dari itu remaja akan berusaha mencari tahu dan *mengupdate* informasi-informasi yang diinginkan untuk lebih mengetahui mengapa hal tersebut bisa terjadi (Pratama dalam jurnal William Gunawan 2017: 7).

3. Motif Hubungan Antarpribadi

Motif tertinggi yang ketiga pada penelitian ini adalah motif hubungan antarpribadi. Berdasarkan hasil olah data, penelitian ini menemukan bahwa pada motif hubungan antarpribadi ada diurutkan ketiga yang terlihat pada diagram 3.8 yaitu dengan nilai rata-rata sebanyak 64,7%. Pada motif ini juga mempunyai kriteria nilai tinggi sebesar 19,8% serta mempunyai kriteria nilai rendah sebesar 15,6%. Motif hubungan antarpribadi jika dilihat dari kriteria responden tertinggi, pada motif tersebut menduduki peringkat pertama. Nilai kriteria tersebut dilihat dari data kecenderungan berdasarkan jenis kelamin, jenis usia serta profesi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Diketahui kriteria jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan pada diagram 3.9 sebelumnya, kecenderungan motif hubungan antarpribadi

sebanyak (29,6%). kemudian diketahui juga motif hubungan antarpribadi jika dilihat dari kriteria jenis kelamin perempuan yang dijelaskan pada diagram 3.10 sebanyak (31,8%).

- b. Kemudian motif hubungan antarpribadi jika dilihat dari kriteria jenis usia, diketahui kecenderungan responden usia 16-19 dalam motif hubungan antarpribadi sebanyak (31%) penjelasan tersebut ada pada diagram 3.11 yang dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya diagram 3.12 menjelaskan pada usia 20-24 tahun diketahui motif hubungan antarpribadi sebanyak (29%). Serta diagram 3.13 menjelaskan pada usia 25-29 tahun motif hubungan antarpribadi ditemukan sebanyak (42,9%).
- c. Berdasarkan penjelasan diagram 3.15, diketahui kecenderungan responden dalam jenis profesi terhadap motif hubungan antarpribadi sebanyak (75,6%) sebagai pelajar atau mahasiswa.

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif hubungan antarpribadi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui bahwa motif hubungan antarpribadi menjadi faktor ketiga *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dengan nilai rata-rata 64,7%. Terlihat dalam ketiga konten *channel* Reza baik dari konten musik, VLOG, ataupun konten *gaming*, ketiga konten tersebut mengarah kepada motif antarpribadi. Diketahui seorang *subscriber* selain menonton isi konten *channel* YouTube Reza Oktovian, mereka juga saling berinteraksi dengan para *subscriber* lainnya ataupun kepada Reza sendiri. Pada motif ini juga terlihat dalam komentar-komentar yang berada didalam kolom *channel* tersebut terkait tentang *sharing*

pengalaman dalam bermain *game*, saling bertukar pengetahuan dalam *game*, serta memberi masukan untuk *channel* tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa motif hubungan antarpribadi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dianggap mampu memenuhi keinginan *subscriber* dalam berhubungan antara individu dengan yang lainnya, baik dari sesama pengguna YouTube atau terhadap pemilik *channel* yang diikutinya.

Pengertian dari hubungan antarpribadi merupakan hubungan baik yang terjalin antarmanusia atau hubungan antarpribadi dalam suatu lingkungan organisasi, komunitas, pekerjaan yang berbeda latar belakang dan pengalamannya. pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dan menjalankan aktivitasnya sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, ataupun organisasi maupun masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, pada dasarnya manusia saling berinteraksi kepada sesamanya. Olehkarenanya setiap manusia tidak dapat menghindari suatu tindakan tersebut terutama dalam hal berkomunikasi. Di sisi lain, untuk menjalin rasa kemanusiaan yang akrab, diperlukan saling pengertian diantara sesama anggota masyarakat. hal ini komunikasi memainkan peranan penting, apalagi bagi manusia modern.

Keseluruhan aktivitas itu akan terselenggara dengan baik melalui komunikasi antar pribadi. Dalam komunikasi antar pribadi yang baik, bukan terletak pada masalah sering atau jarang komunikasi itu dilakukan. Akan tetapi bagaimana komunikasi tersebut dapat dilakukan. Dengan kata lain, komunikasi antar pribadi akan menunjukkan keefektifannya ketika komunikator dan komunikan sudah saling

terbuka. Satrio dalam jurnal Octo Jaya Abriyoso 2012 mengatakan keterbukaan mengungkapkan diri. Pengungkapan diri itu sendiri adalah mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau yang berguna untuk memahami tanggapan kita dimasa sekarang. Sedangkan menurut Joshep DeVito, karakteristik komunikasi antar pribadi yang efektif menekankan pada sebuah keterbukaan, empati, sikap mendukung, kesetaraan, dan sikap positif. Dari aspek-aspek ini kita kemudian dapat menurunkan perilaku-perilaku spesifik yang menandai komunikasi antarpribadi yang efektif (Joseph DeVito dalam Octo Jaya Abriyoso, 2012: 4).

Hasil yang sama juga didapatkan dalam jurnal penelitian oleh Mellyyaningsih. Temuan tersebut dilihat dari motif tertinggi ketiga ada pada motif hubungan antar pribadi yang dimana pada motif tersebut mempunyai nilai sebesar 61%. Sehingga hasil dari penelitian tersebut sama dengan hasil yang diteliti dalam penelitian ini. Dalam jurnal penelitian William Gunawan juga menyatakan hal yang sama. Pada penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa motif hubungan antarpribadi menjadi prioritas ketiga diantara motif-motif yangt lainnya.

4. Motif Persahabatan

Motif tertinggi yang terakhir pada penelitian ini adalah motif persahabatan. Berdasarkan hasil olah data, penelitian ini menemukan bahwa pada motif persahabatan ada diurutan keempat yang terlihat pada diagram 3.8 yaitu dengan nilai rata-rata sebanyak 64,4%. Pada motif ini juga mempunya kriteria nilai tinggi sebesar

15,4% serta mempunyai kriteria nilai rendah sebesar 20,0%. Motif persahabatan jika dilihat dari kriteria responden tertinggi, pada motif tersebut menduduki peringkat ketiga. Nilai kriteria tersebut dilihat dari data kecenderungan berdasarkan jenis kelamin, jenis usia serta profesi yang akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Diketahui kriteria jenis kelamin laki-laki yang telah dijelaskan pada diagram 3.9 sebelumnya, kecenderungan motif persahabatan sebanyak (24%). kemudian diketahui juga motif persahabatan jika dilihat dari kriteria jenis kelamin perempuan yang dijelaskan pada diagram 3.10 sebanyak (21,5%).
- b. Kemudian motif persahabatan jika dilihat dari kriteria jenis usia, diketahui kecenderungan responden usia 16-19 dalam motif persahabatan sebanyak (14,3%) penjelasan tersebut ada pada diagram 3.11 yang dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya diagram 3.12 menjelaskan pada usia 20-24 tahun diketahui motif informasi sebanyak (25,7%). Serta diagram 3.13 menjelaskan pada usia 25-29 tahun motif persahabatan ditemukan sebanyak (23,8%).
- c. Berdasarkan penjelasan diagram 3.16, diketahui kecenderungan responden dalam jenis profesi terhadap motif hiburan dan relaksasi sebanyak (74,6%) sebagai pelajar atau mahasiswa.

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif persahabatan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui bahwa motif persahabatan menjadi faktor terakhir *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dengan nilai rata-rata

64,7%. Terlihat dalam ketiga konten *channel* Reza baik dari konten musik ataupun konten VLOG, kedua konten tersebut mengarah kepada motif persahabatan. Dalam konten musik, terlihat dari beberapa video yang ada didalamnya berisi tentang kolaborasi terhadap YouTuber lainnya. Adapun dari segi konten VLOG juga menjelaskan isi konten tersebut reza arab berkolaborasi dengan teman teman YouTuber lainnya. Dapat disimpulkan bahwa para *subscriber* yang menonton *channel* YouTube Reza Oktovian itu sendiri tidak hanya pengguna pasif melainkan para pengguna aktif yang menggunakan YouTube sehingga mempunyai hubungan erat hingga menjadi teman bahkan sahabat.

Pengertian dari motif persahabatan didasari oleh rasa kesepian. Artinya semakin tinggi rasa kesepian yang dialami oleh seseorang, maka semakin menyadari akan kebutuhan seseorang tersebut untuk mengembangkan suatu persahabatan dalam hidupnya. Semakin rendah taraf kesepian yang dialami oleh seseorang, maka dalam hidupnya pun semakin rendah pula dalam upayanya mengembangkan suatu persahabatan. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Agoes Dariyo 2016, Rasa kesepian dapat dialami oleh remaja, karena itu remaja merasa terdorong untuk mengatasinya, dengan cara mengembangkan suatu pertemanan dengan usia sebayanya. Kesepian sebagai perasaan emosional yang bersifat subjektif bagi remaja. Mereka menyadari akan kebutuhan kehadiran orang lain dalam upaya mengembangkan suatu persahabatan. Mereka sadar bahwa mereka bukan makhluk individual, namun mereka adalah makhluk sosial dan tidak mungkin bisa hidup sendiri. Mereka memerlukan kehadiran orang lain yang dapat memberi dukungan

bagi mereka, sehingga mereka percaya diri untuk dapat menumbuh-kembangkan segenap potensinya (Hapasari dan Primastuti, 2014).

Melihat hasil nilai rata-rata dari motif persahabatan, diketahui bahwa motif persahabatan menjadi faktor terakhir setelah motif hubungan antarpribadi dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian yaitu sebanyak 64,4%. Nilai ini menunjukkan bahwa motif persahabatan dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dianggap sedikit berpengaruh. Hasil yang sama juga didapatkan dalam jurnal penelitian oleh Mellyaningsih. Temuan tersebut dilihat dari motif tertinggi ketiga ada pada motif hubungan antar pribadi, dengan nilai sebesar 57%. Dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa motif persahabatan tidak menjadi faktor penentu terhadap hasil dari penelitian tersebut. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh William Gunawan, yang dimana penelitian tersebut motif persahabatan menjadi faktor ketiga dalam penelitiannya. Temuan hasil penelitian tersebut dapat dilihat dari penjelasannya yang telah dijelaskan oleh Reagan dalam William Gunawan 2017 sebagaimana ia menyebutkan bahwa Dengan demikian motif untuk mengurangi rasa sepi menjadi motif utama dalam persahabatan *subscriber* 'Kok Bisa' agar melewatkan waktu dan tidak merasa kesepian.

Berdasarkan penjelasan keempat motif yang telah dijelaskan diatas, peneliti menemukan adanya temuan berdasarkan jenis kelamin terhadap *subscriber* dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian, yang dapat dilihat jika laki-laki lebih banyak mendominasi daripada perempuan. Penjelasan data responden yang terdapat pada penelitian ini, senada dengan jurnal penelitian yang telah dilakukan oleh Mellyaningsih (2016) yang berjudul “ *Motif Subscriber dalam menonton channel YouTube Raditya Dika*” bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas laki-laki, sesuai apa yang dikatakan dalam buku *The Handbook of New Media* bahwa pria mengakses internet lebih banyak daripada wanita (Livingstone, 2006 :216). Penelitian ini juga senada dengan riset PBB dalam penelitian William Gunawan 2016 juga memaparkan mengenai pengakses internet laki-laki lebih banyak dari pada pengakses perempuan.

Dalam penelitian ini juga dari keempat motif diatas, peneliti menemukan adanya kriteria dalam jenis usia yaitu kebanyakan responden yang menonton *channel* YouTube Reza Oktovian merupakan usia 20-24 tahun. Pada usia 15-25 adalah umur Remaja, seperti yang kita ketahui remaja adalah tahap transisi menjadi seseorang yang dewasa. Papalia & Olds, 2001 dalam jurnal William Gunawan Remaja memiliki keinginan untuk membaharui sudut pandang nya akan suatu hal. Dalam penelitian ini juga dapat dikaitkan tentang bagaimana para responden dalam kriteria umur tersebut mempunyai sudut pandang sendiri dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian. Hal ini juga senada dengan apa yang telah dibahas dalam jurnal penelitian Mellyaningsih tentang jenis usia 20-24 tahun merupakan usia *explorers*, dimana

bercirikan anak muda yang suka mencoba hal-hal baru serta mudah merasa resah dan “hilang” tanpa adanya media sosial (Noviadhista, 2015: 7-8). Mereka juga merupakan golongan generasi Y, yang di mana memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan gadget. Mereka juga memiliki loyalitas dan YouTube stickness yang tinggi, sehingga kecenderungan untuk kembali mengunjungi channel yang sama tinggi pula (Kusumaningrum, 2016: 9).

Dalam penelitian ini, hasil temuan keempat motif diatas terhadap responden dalam menonton *channel* YouTube Reza Oktovian dilihat dari kriteria profesi atau pekerjaan mayoritas merupakan pelajar/ mahasiswa. Menurut Sures Subramanian, seorang Deputy Manager Director TNS (Taylor Nelson Sofres) – sebuah perusahaan riset global, menyatakan bahwa pelajar/ mahasiswa memiliki peringkat yang paling tinggi dikarenakan mereka memiliki waktu luang yang banyak daripada yang sudah bekerja (Widyantoro dalam jurnal Mellyaningsih 2016). Dalam sebuah jurnal William Gunawan juga menjelaskan bahwa kategori pelajar lebih mendominasi karena Internet populer dikalangan remaja terutama yang berumur 22-25 (Riset APJII dan Puskakom UI, 2014).