

**KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON
KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Teddy Setio Wiyono
1423017041

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022**

SKRIPSI

KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Teddy Setio Wiyono

1423017041

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Teddy Setio Wiyono

NRP : 1423017041

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan ini tidak lulus.

Surabaya, 15 Desember 2022

Penulis,


Teddy Setio
NRP. 1423017041

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON KONTEN "RIDWAN HANIF RAHMADI"

Oleh:
Teddy Setio W
NRP. 1423017041

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

Pembimbing I :

Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704


()

Pembimbing II :

Brigitta R.S. Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903


()

Surabaya, 15 Desember 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Penulisan Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada :

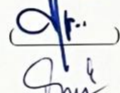
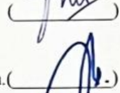
Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Brigitta Revia S.F, S.I.Kom,
M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
2. Sekretaris : Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom
NIDN. 0702087602
4. Anggota : Brigitta R.S. Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

()
()
()
()

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Teddy Setio W
NRP : 1423017041

Menyetujui Skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM
MENONTON KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai
dengan Undang-Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 15 Desember 2022

Yang menyatakan,



Teddy Setio W

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidup-Nya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul “KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Disamping itu, penulisan Skripsi ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca, secara khusus mahasiswa/i Ilmu Komunikasi.

Selama penelitian dan penulisan Skripsi ini terdapat banyak hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 15 Desember 2022

Teddy Setio Wiyono

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidupnya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkah-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul “KEPUASAN PENONTON YOUTUBE DALAM MENONTON KONTEN “RIDWAN HANIF RAHMADI”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, tanpa penyertaan-Nya, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lengkap.
2. Orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materiil kepada penulis.
3. Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing 1 penulis. Tanpa bantuan beliau, penulis tidak akan mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku pembimbing 2 penulis. Dukungan yang beliau berikan dalam penulisan Skripsi ini membantu dalam proses penyusunan dan penyempurnaannya.
5. Sahabat, kerabat, dan teman-teman FIKOM yang membantu dalam memberikan semangat, saran, dan dukungan kepada penulis.

Ketidaktepatan dalam penulisan Skripsi ini kiranya dapat menjadi evaluasi bagi penulis dan pembaca sekalian. Skripsi ini diharapkan dapat membantu pembaca dalam mendapatkan wawasan mengenai subjek dan objek yang penulis teliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
ABSTRAK.....	16
ABSTRACT.....	17
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	13
I.3 Tujuan Penelitian	14
I.4 Batasan Masalah	14
I.5 Manfaat Penelitian	14
I.5.1 Manfaat Teoritis	14
I.5.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
II.1 Penelitian Terdahulu	15

II.2 Kerangka Teori	20
II.2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i>	20
II.2.2 <i>New Media</i> dan Youtube.....	22
II.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial	24
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	25
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
III.2 Metode Penelitian.....	27
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	28
III.4 Definisi Konseptual.....	28
III.5 Definisi Operasional.....	28
III.6 Populasi dan Sampel	32
III.6.1 Populasi	32
III.6.2 Sampel	32
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	33
III.8 Teknik Pengumpulan Data	34
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	35
III.10 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	38
IV.1.1 Profil Ridwan Hanif Rahmadi.....	38
IV.1.2 <i>Channel</i> Youtube Ridwan Hanif Rahmadi.....	40
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
IV.2.1 Uji Validitas	42
IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	44

IV.3 Hasil Penelitian	45
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden	45
IV.3.2 Kepuasan dan Skala Interval	48
IV.3.3 Deskripsi Variabel Penelitian <i>Gratification Sought</i>	49
IV.3.4 Deskripsi Variabel Penelitian <i>Gratification Obtained</i>	63
IV.3.5 Uji Perbedaan (<i>t-test</i>)	72
IV.3.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification Obtained</i>	72
IV.3.7 Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstabs</i>)	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
V.1 Kesimpulan.....	78
V.2 Saran.....	79
V.2.1 Saran Akademis	79
V.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas	44
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel IV.3	Hasil Analisis Deskriptif Usia Responden	46
Tabel IV.4	Hasil Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Responden	47
Tabel IV.5	Hasil Analisis Deskriptif Pendidikan Responden.....	47
Tabel IV.6	Hasil Analisis Deskriptif Frekuensi Menonton Responden	48
Tabel IV.7	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Sought</i> mengenai Motif Pemasaran Dan Penguatan Pendapat.....	50
Tabel IV.8	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Sought</i> mengenai Motif Interaksi Sosial Dan Informasi	54
Tabel IV.9	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Sought</i> mengenai Motif Interaksi Ekspresif.....	57
Tabel IV.10	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Sought</i> mengenai Motif Hiburan	60
Tabel IV.11	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Obtained</i> mengenai Motif Pemasaran Dan Penguatan Pendapat	63
Tabel IV.12	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Obtained</i> mengenai Motif Interaksi Sosial Dan Informasi.....	66
Tabel IV.13	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Obtained</i> mengenai Motif Interaksi Ekspresif	68
Tabel IV.14	Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Gratification Obtained</i> mengenai Motif Hiburan	70
Tabel IV.15	Hasil <i>Paired Sample T Test</i>	72
Tabel IV.16	Indeks Kepuasan.....	73
Tabel IV.17	Tabulasi Silang Antara Usia dengan Kepuasan Menonton Video <i>Channel</i> Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”.....	75
Tabel IV.18	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Kepuasan Menonton Video <i>Channel</i> Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”	76
Tabel IV.19	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir dengan Kepuasan Menonton Video <i>Channel</i> Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Populasi yang Tidak Terkoneksi Internet Pada Sebuah Negara di Dunia Bulan Januari 2022.....	2
Gambar I.2	Peringkat Negara Dunia Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan Internet Tahun 2022.....	3
Gambar I.3	Media Sosial Populer Digunakan Penduduk Indonesia Tahun 2020	4
Gambar I.4	Jenis Tontonan yang Diminati oleh Penonton Youtube Indonesia.....	5
Gambar I.5	<i>Channel</i> Youtube Otomotif Indonesia Populer Agustus 2022	6
Gambar I.6	Pertumbuhan <i>Channel</i> Ridwan Hanif Rahmadi Berdasarkan Jumlah <i>Subscriber</i>	8
Gambar I.7	Tampilan Halaman Pencarian <i>Channel</i> Ridwan Hanif Rahmadi.....	9
Gambar I.8	Video Populer Dari <i>Channel</i> Ridwan Hanif Rahmadi Berdasarkan Jumlah <i>Views</i>	10
Gambar I.9	Cuplikan Komentar Di Salah Satu Video <i>Channel</i> Ridwan Hanif Rahmadi	11
Gambar II.1	Kerangka Konseptual	26
Gambar IV.1	Halaman <i>Playlist Channel</i> Youtube AutonetMagz	39
Gambar IV.2	Cuplikan Video Terpopuler di AutonetMagz.....	40
Gambar IV.3	Statistik <i>Channel</i> Youtube Ridwan Hanif Rahmadi.....	40
Gambar IV.4	Video Populer <i>Channel</i> Youtube Ridwan Hanif Rahmadi.....	41
Gambar IV.5	Cuplikan Salah Satu Video di <i>channel</i> “Ridwan Hanif Rahmadi” dengan judul “Berapa Biaya Service Wuling Air EV?”	53
Gambar IV.6	Cuplikan Kolom Komentar Video di <i>channel</i> “Ridwan Hanif Rahmadi” dengan judul “Berapa Biaya Service Wuling Air EV?”	56
Gambar IV.7	Cuplikan Kolom Komentar Video di <i>channel</i> “Ridwan Hanif Rahmadi” dengan judul “Ngabisin Batre Wuling Air EV dari 100-0”	59

Gambar IV.8 Cuplikan Video di *channel* “Ridwan Hanif Rahmadi” dengan
judul “Iseng Beli L300 Buat Angkut” 62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	94
Lampiran 4	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	96
Lampiran 5	Analisis Tabulasi Silang	10
	7	
Lampiran 6	Uji t Berpasangan	10
	9	

ABSTRAK

Teddy Setio Wiyono, NRP. 1423017041. Kepuasan penonton youtube dalam menonton konten “Ridwan Hanif Rahmadi”.

Youtube merupakan media sosial terpopuler di tahun 2020 yang menjadi media sosial utama sebagai sumber informasi. Konten otomotif yang ada di youtube menunjukkan peningkatan dua kali selama masa pandemi. Salah satu *channel* youtube dengan konten otomotif yang paling banyak jumlah *subscribarnya* adalah *channel* “Ridwan Hanif Rahmadi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan penonton Youtube dalam menonton *channel* youtube dari “Ridwan Hanif Rahmadi”. Penelitian ini menggunakan teori *uses & gratification*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, karena pengumpulan data penelitian menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria memiliki rentang usia 18 hingga 60 tahun dan pernah menonton video di *channel* youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa masyarakat dalam menonton *channel* youtube “Ridwan Hanif Rahmadi” merasakan kepuasan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa indikator penggunaan media sosial yang paling menunjukkan kepuasan adalah motif hiburan.

Kata kunci: Kepuasan; Youtube; *Uses & Gratification*; dan Ridwan Hanif Rahmadi.

ABSTRACT

Teddy Setio Wiyono, NRP. 1423017041. Youtube audience satisfaction in watching "Ridwan Hanif Rahmadi" youtube *channel*.

Youtube is the most popular social media in 2020 which is the main social media as a source of information. Automotive content on YouTube has doubled during the pandemic. One of the youtube channels with automotive content that has the most subscribers is "Ridwan Hanif Rahmadi" channel. This study aims to determine the satisfaction of Youtube viewers in watching "Ridwan Hanif Rahmadi" youtube channel. This research uses uses & gratification theory. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The research method used is a survey method, because research data collection uses a questionnaire as instrument. The sampling technique used purposive sampling, with the criteria of having an age range of 18 to 60 years and having watched videos on the "Ridwan Hanif Rahmadi" youtube channel. The results explain that people watching the YouTube channel "Ridwan Hanif Rahmadi" feel satisfied. The results also show that the indicator of the use of social media that shows the most satisfaction is the passtime motive.

Keywords: Satisfaction; Youtube; Uses & Gratification; and Ridwan Hanif Rahmadi.