

**MOTIF DAN PERILAKU MENONTON FILM ONLINE MAHASISWA  
DALAM PERSPEKTIF TEORI *USES AND GRATIFICATIONS*  
(Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Afifah Asyun Meivina

NIM : 1817102003

Jenjang : S1

Fakultas/ Prodi : Dakwah/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul skripsi : **MOTIF DAN PERILAKU MENONTON ONLINE MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF TEORI *USES AND GRATIVICATIONS* (Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 Oktober 2022

Saya yang menyatakan



Afifah/Asyun Meivina

NIM. 1817102003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**MOTIF DAN PERILAKU MENONTON FILM ONLINE MAHASISWA  
DALAM PRESPEKTIF TEORI *USES AND GRATIFICATIONS*  
(Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Yang disusun oleh **Afifah Asyun Meivina** NIM. **1817102003** Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **19 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

  
Dedy Riyadin Saputra, M.I.Kom  
NIP.19875252181101

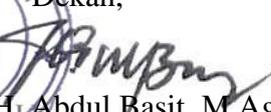
Sekretaris Sidang/Penguji II

  
Alfi Nur'aifi, M.Ag

Penguji Utama

  
Alief Budiyo, S.Psi, M.Pd  
NIP.197902172009121003

Mengesahkan,  
Purwokerto, 2 -11- 2022  
Dekan,

  
  
Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP. 19691219 199803 1 00

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan perbaikan naskah skripsi dengan:

Nama : Afifah Asyun Meivina

NIM : 1817102003

Progran Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Judul : **MOTIF DAN PERILAKU MENONTON FILM ONLINE MAHASISWA DALAM PRESPEKTIF TEORI USES AND GRATIFICATIONS (Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Saya memandang bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing

  
**Dedy Riyadin S., M.I.Kom**  
**NIP. 19875252181101**

## **MOTTO**

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa adanya tujuan dan arah perencanaan”.

– **John F. Kennedy**



**MOTIF DAN PERILAKU MENONTON FILM ONLINE MAHASISWA  
DALAM PERSPEKTIF TEORI *USES AND GRATIFICATIONS*  
(Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

**Affah Asyun Meivina**  
**NIM. 18171012003**

**Abstrak**

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang menggambarkan adanya perkembangan zaman, *gadget* sudah berkembang sangat luas selain untuk memperoleh informasi yang juga difungsikan sebagai alat komunikasi juga ditambahkan berbagai fitur yang memungkinkan penggunaanya melakukan berbagai kegiatan mulai dari berkomunikasi lewat telfon, berkirim pesan, foto dan berbagai macam fitur yang ada seperti bermain game, mendengarkan musik hingga menonton film.

Dengan adanya fenomena demam streaming yang terjadi serta penggunaan aplikasi penyedia film kini semakin banyak diminati dimasyarakat, penulis tertarik melakukan penelitian ini yang dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku serta motif yang digunakan mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan menggunakan Teori *Uses and Gratification*.

Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang menjelaskan data dengan mendalam. Sampel penelitian dipilih secara purposive dengan melibatkan empat mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Metode analisis yang digunakan yakni metode analisis kualitatif dimana data dikumpulkan melalui wawancara non terstruktur secara *online* maupun offline dan juga dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif, perilaku, dan kepuasan mahasiswa terhadap menonton film online berbeda. Terlihat bahwa siswa menonton film berdasarkan lima kebutuhan, tiga informan menggunakan kebutuhan kognitif untuk mencari informasi, dan bahwa kebutuhan afektif dipuaskan keseluruhan dengan melakukan hal-hal yang menyenangkan. Hanya satu informan yang dapat memenuhi kebutuhan akan integrasi pribadi. Tiga informan memenuhi kebutuhan akan integrasi sosial. Kebutuhan akan pelepasan, yang memungkinkan informan untuk memilih film yang akan mereka tonton nanti untuk mengisi waktu luang, dimanfaatkan oleh semua informan.

**Kata kunci:** *Motif, Perilaku, Teori Uses and Gratifications*

## PERSEMBAHAN

*'Bismillahirrahmanirrahim'*

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi nikmat dan rasa syukur sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik walaupun masih banyak kekurangan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW yang menjadi tauladan bagi umat islam.

Dengan ini, penulis sembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi. Keluarga saya tercinta Ayah A. Sukarso dan Mama Salamah, adik saya Muhamammad Alyas Rosyadhie, saudara serta teman-teman saya. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada saya.

Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis, terimakasih banyak untuk segala waktu, pikiran dan kesempatan yang bapak kasih untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga bapak sehat selalu dan dipermudah segala urusannya. Aamiin. Tanpa kalian semua, karya ini tidak akan pernah tercipta.

Semoga karya tulis ini senantiasa memberi limpahan berkah dari Allah untuk Penulis maupun pembacanya dan dijadikan amal shalih bagi penulis serta seluruh pihak yang berperan hingga adanya skripsi ini. Aamiin ya Robbal Alamin

## Kata Pengantar

*Bismillah walhamdulillah. Wassalatu wassalamu'ala Rasulillah, Wa'ala aalihi wasahbihi waman walah. Amma ba'du.*

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang maha ghofur serta senantiasa memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya. Tiada daya dan kekuatan selain dengan pertolongan Allah. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan nabi agung Muhammad SAW yang dengan suri tauladannya telah membawa umat muslim dalam ketentrangan dan kedamaian.

Berkenaan selesainya skripsi dengan judul “Motif Dan Perilaku Menonton Online Mahasiswa Dalam Perspektif Teori *Uses and Gratifications*(Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto) ” yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Purwokerto tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberi bimbingan, bantuan, dan doa. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengutarakan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. muskinul Fuad, M. Ag, Wadec I, Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag, Wadec II, Dr. H. Musta'in, M.Si, Wadec III
4. Uus Uswatussolihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Muridan, M.Ag, Pembimbing akademik yang sudah segenap hati membimbing dari awal judul hingga ke tahap seminar proposal
6. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perhatian, kesabaran dan keikhlasah.
7. Dosen dan Staff Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto atas semua bantuan dan informasinya
8. Dosen Komunikasi Penyiaran Islam yang telah menuangkan dan membagikan ilmunya selama perkuliahan.
9. Kedua orang tua penulis tercinta dan tersayang, Ayah dari penulis, A. Sukarso yang

penulis cintai dan sayangi, yang telah mendidik, membesarkan penulis hingga menjadi seperti sekarang, serta mendukung baik materiil maupun moril.

10. Mama dari penulis, Salamah yang penulis cintai dan sayangi, yang telah merawat penulis dari dalam kandungan hingga lahir dirawatnya. Selalu menyertai penulis dengan kasih sayang walaupun dengan kecerewetan yang selalu penulis rindukan dan doa yang tiada henti selalu dipanjatkan. Semoga Allah selalu mengiringi langkah kalian dengan keridhoannya.
11. Adikku tersayang, Muhammad Alyas Rosyadhie yang menjadikan penulis harus selalu menjadi panutan hingga tidak ada celah kelakuan yang tidak baik pada diri penulis untuk tidak dicontohkan. Terimakasih atas kehadiran yang diberikan pada penulis dan menjadi motivasi penulis untuk terus bekerja keras dalam segala hal.
12. Keluarga Besar Rama Rodiri, Biyung Sariyem, Bibi, Lilik, Bude, Pakde, seluruh sepupu dan ponakan terimakasih atas segala doa dan dukungan.
13. Untuk teman-teman terdekat penulis Zahra Aulia Salsabila, Ulfatul Khoolidah, Lili Khoeriyah, Talia Dihni, Siti Naeli Fitroh dan Salsabila Khoerunnisyang selalu membantu dan memberi doa serta dukungan.
14. Teman-teman KPI angkatan 18, terkhusus KPI A. Kalian benar-benar manusia hebat. Terimakasih untuk segala pembelajaran yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu selama di perkuliahan.
15. Untuk orang – orang dibalik layar, yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat serta doa secara langsung maupun tidak langsung yang saya terima.
16. Teruntuk Afifah Asyun Meivina. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for Believing in me, I wanna thank me for doing all this Hard Work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

**Purwokerto, 14 Oktober**

**2022**



**Afifah Asyun Meivina**

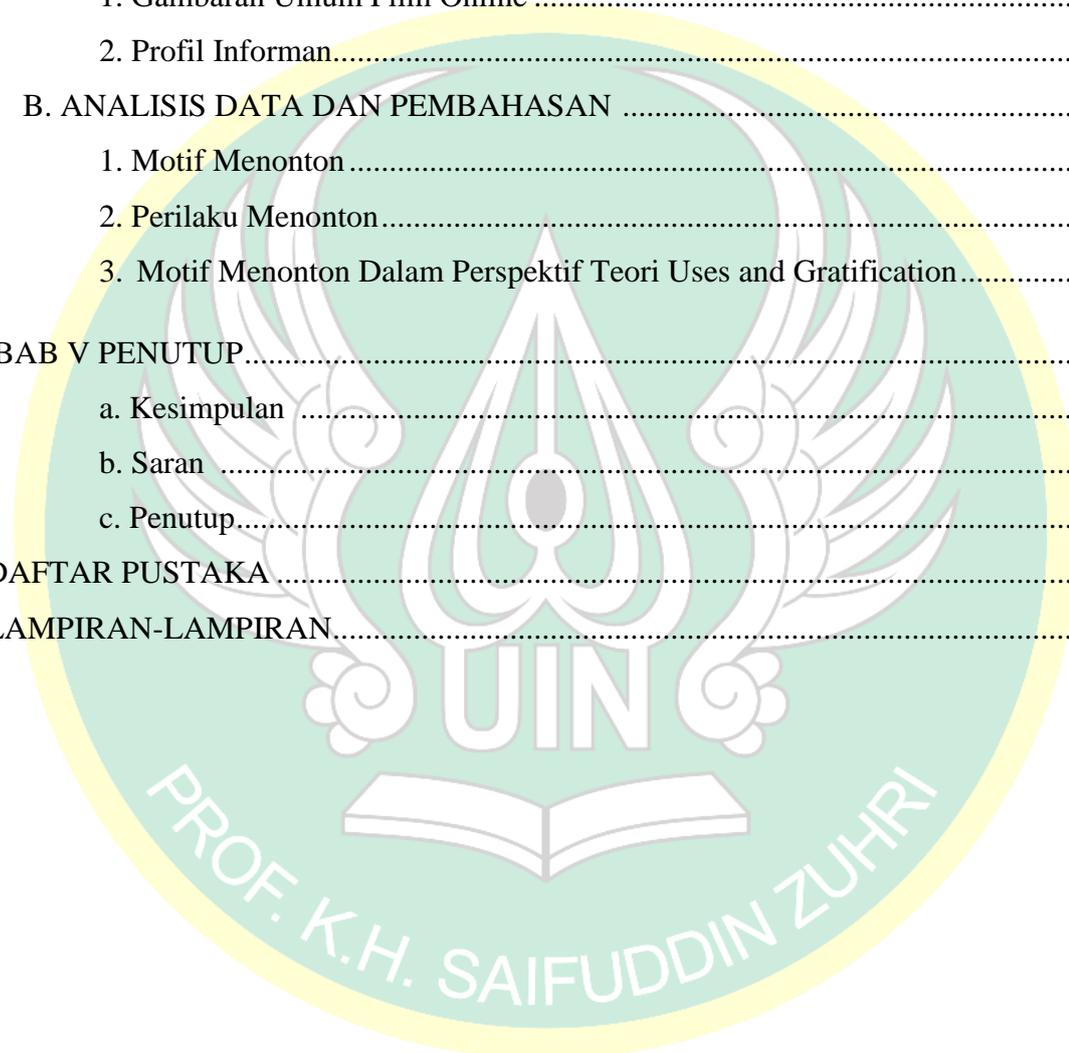
**NIM.1817102003**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PENEGASAN ISTILAH.....	9
1. Motif.....	9
2. Perilaku.....	10
3. <i>Video On Demand</i> .....	10
4. Mahasiswa.....	11
C. RUMUSAN MASALAH.....	11
D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Manfaat Penelitian.....	12
a. Manfaat Teoritis.....	12
b. Manfaat Praktis.....	12
E. KAJIAN PUSTAKA.....	12
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	20

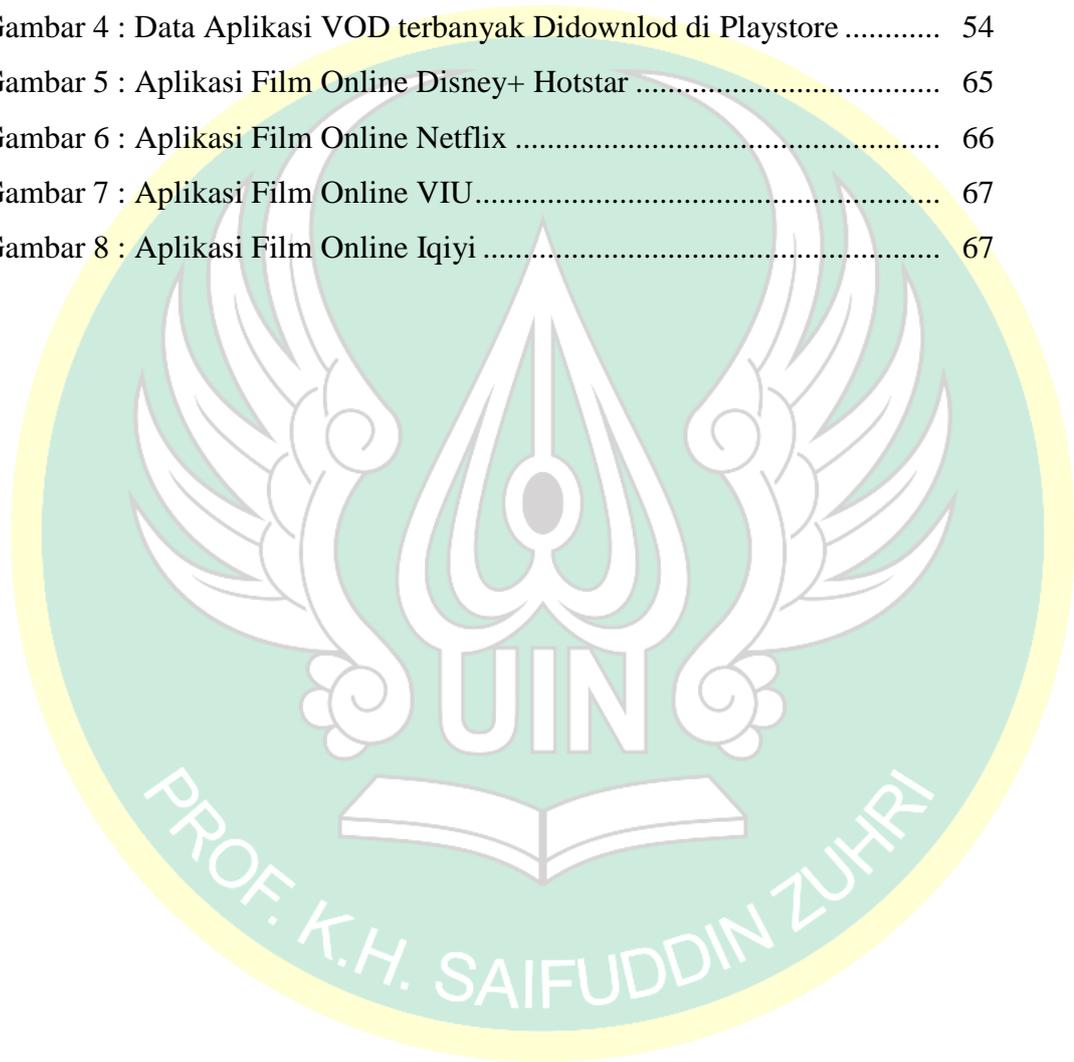
A. MOTIF MENONTON .....	20
B. PERILAKU MENONTON .....	23
1. Pengertian Perilaku .....	23
2. Proses Pembentukan Perilaku .....	24
3. Macam-macam Perilaku .....	27
4. Jenis Perilaku .....	28
5. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku.....	28
6. Perilaku Menonton.....	33
C. TEORI <i>USES AND GRAIFICATIONS</i> .....	35
D. FILM ONLINE .....	43
1. Film .....	43
2. Jenis Film .....	46
3. Genre Film.....	47
4. Film Online .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN .....	57
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	57
1. Tempat Penelitian.....	58
2. Waktu Penelitian .....	58
C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN .....	58
1. Subjek Penelitian .....	58
2. Objek Penelitian.....	59
D. SUMBER DATA .....	59
1. Sumber Data Primer.....	59
2. Sumber Data Sekunder .....	60
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	60
1. Wawancara .....	60
2. Observasi.....	61
3. Dokumentasi.....	62
F. ANALISIS DATA .....	62

1. Reduksi Data .....	62
2. Penyajian Data.....	63
3. Penarikan Kesimpulan.....	63
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
<b>A. PENYAJIAN DATA.....</b>	<b>65</b>
1. Gambaran Umum Film Online .....	65
2. Profil Informan.....	68
<b>B. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
1. Motif Menonton .....	71
2. Perilaku Menonton.....	71
3. Motif Menonton Dalam Perspektif Teori Uses and Gratification.....	79
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
a. Kesimpulan .....	89
b. Saran .....	91
c. Penutup.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Peningkatan Streaming Di Indonesia Selama Covid-19.....	5
Gambar 2 : Perkembangan VOD Tahun 2020 .....	6
Gambar 3 : Sosial Media dan Aplikasi Streaming Teratas .....	7
Gambar 4 : Data Aplikasi VOD terbanyak Didownload di Playstore .....	54
Gambar 5 : Aplikasi Film Online Disney+ Hotstar .....	65
Gambar 6 : Aplikasi Film Online Netflix .....	66
Gambar 7 : Aplikasi Film Online VIU.....	67
Gambar 8 : Aplikasi Film Online Iqiyi .....	67



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Skema Aplikasi Paradigm <i>uses and gratifications</i> Takeuchi .....	37
Bagan 2 : Model Pendekatan Katz dkk .....	41



## DAFTAR TABEL

Table 1 : Motif Menonton Film Informan.....	72
Table 2 : Kebiasaan Menonton Informan.....	76
Table 3 : waktu Menonton Film Online.....	77
Table 4 : Informan Terhadap Pemilihan Genre Film .....	78



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di Era digital saat ini peran teknologi melekat pada masyarakat. Dalam perkembangannya saat ini pengambilan serta pertukaran informasi pastinya sangat mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui jaringan internet. Teknologi sangat bermanfaat untuk mensejahterakan manusia.

Salah satu kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yakni *gadget* yang merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi dengan memiliki kemampuan serta fitur-fitur lebih baik dan fungsi lebih praktis. Dalam Islam, kemajuan teknologi dianggap dapat digunakan untuk membangun peradaban yang lebih baik yang tercermin dalam suatu hadist yang bercerita tentang seorang petani kurma yang sedang mengawinkan kurma kemudian Rasulullah SAW bersabda seandainya tidak melakukan hal tersebut hasil kurma pun akan tetap bagus, dan sang petani pun mengikuti ucapan Rasulullah. Setelah panen ternyata kurma tersebut jelek, kemudian si petani melaporkannya kepada Rasulullah. Dan Rasul pun bersabda,

أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِأَمْرِ دُنْيَاكُمْ

“Kamu lebih mengetahui urusan duniamu.”<sup>1</sup>

Pertukaran informasi dalam masyarakat dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi. Menurut Harold Laswell Komunikasi ialah *who says to whom in what channel with what effect*. Maksudnya yaitu komunikasi sebagai proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media untuk menimbulkan efek tertentu.<sup>2</sup>

Dengan adanya perkembangan zaman, *gadget* sudah berkembang sangat luas selain untuk memperoleh informasi yang saat ini juga difungsikan sebagai alat komunikasi juga ditambahkan berbagai fitur yang memungkinkan

---

<sup>1</sup> HR. Muslim, no.2363 diambil dari <https://rumaysho.com/13101-ilmu-dunia-engkau-lebih-paham.html>. Diakses tanggal 3 Juni 2022. Jam: 00.40 WIB

<sup>2</sup> Muhammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 5.

penggunanya untuk melakukan berbagai kegiatan mulai dari berkomunikasi lewat telfon, berkirim pesan, email, foto dan berbagai macam fitur yang ada seperti bermain game, mendengarkan music hingga menonton film.

Dan jika dilihat sejarahnya, film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi.<sup>3</sup> Film sebagai media dapat dimaknai sebagai kanal pembebasan, mesin yang bisa dipakai untuk mengungkapkan berbagai rasa dari para pembuatnya. Disadari atau tidak, film merupakan bahasa komunikasi yang paling cepat ditangkap oleh manusia, sehingga melalui film, kita dapat mengerti apa visi dan misi yang diemban cerita film tersebut, atau yang biasa disebut dengan amanat film. Proses produksinya saja juga merupakan hasil karya yang sempurna, dimana terdapat komunikasi yang mengalir (suara dan gambar), sehingga tak jarang film digunakan sebagai alat komunikasi massa yang bertujuan untuk hal yang kita inginkan.

Terlepas akan hal tersebut, manusia sebagai makhluk sosial hidup dengan ketergantungan antara satu sama lain. Dalam keberjalanannya, interaksi menjadi sebuah tools yang membantu manusia untuk saling memahami dan memenuhi kebutuhan satu sama lain. Interaksi sosial memberikan kesempatan lebih besar pada manusia untuk bertahan hidup dan meneruskan keturunan. Dengan berinteraksi, secara tidak langsung manusia sedang berusaha untuk mempertahankan dan menunjang kehidupannya agar tidak terancam atau agar menjadi lebih baik. Media sosial merupakan sebuah bentuk yang mewadahi interaksi antar-manusia yang kompleks. Media sosial tidak hanya memberikan wadah untuk berinteraksi, namun juga memberikan informasi serta relasi kepada penggunanya. Pentingnya media sosial dapat kita rasakan terutama pada masa pandemi seperti saat ini. Dengan adanya pembatasan interaksi secara luring, media sosial yang memberikan akses interaksi secara tidak langsung cv menjadi pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan interaksi antar-manusia.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm 143

<sup>4</sup> Vincent Hasiholand, dkk, *Pengaruh Covid-19 Terhadap Penggunaan Media Sosial*, *Journal Of Development and Soscial Chane*, Vol 4, No. 1. April 2021 p-ISSN 2614-5766, diambil dari

Kemajuan teknologi tidak dapat dipungkiri di masa sekarang ini, kemudahan mengakses segala informasi dapat ditemukan melalui beberapa aplikasi dalam gadget. Hal tersebut memberikan peluang yang cukup bagus bagi masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Berlakunya kebijakan PSBB mengakibatkan terbatasnya pergerakan masyarakat dalam mengakses informasi, baik itu informasi untuk memenuhi kebutuhan belajar di sekolah maupun informasi bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya<sup>5</sup> tidak terkecuali menonton film, yang saat ini ditengah-tengah adanya pandemi covid-19 ini memberikan peluang yang cukup tinggi bagi perintis platform *streaming* film untuk menawarkan aplikasi yang mereka miliki.

Pengguna internet Indonesia terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan hingga kuartal II tahun 2020, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 196,7 juta orang atau 73,7% dari total populasi Indonesia menurut BPS, yakni 266,9 juta jiwa. Menurut Kominfo, tahun 2020 kenaikan jumlah pengguna tersebut salah satunya disebabkan infrastruktur internet cepat atau *broadband* di Indonesia semakin merata dengan adanya Palapa Ring. Sedangkan dari sumber yang sama yakni berdasarkan hasil survei APJII dalam periode tahun 2021 hingga 2022 terdapat 210,03 juta pengguna internet yang ada di dalam negeri.<sup>6</sup> Faktor pandemi *Covid-19* juga turut menyebabkan kenaikan penggunaan internet untuk menunjang sejumlah kegiatan yang praktis dilakukan di rumah, baik bekerja, belajar, maupun menikmati hiburan.

Meningkatnya jumlah pengguna internet membuat timbulnya banyak inovasi baru dari penyedia jasa seperti layanan jual beli berbasis website (*e-commerce*), *e-learning*, media sosial, ruang mengobrol, dan juga banyak lagi lainnya contohnya platform yang menawarkan jasa streaming seperti musik dan juga video. Salah satu aktifitas yang dilakukan pengguna internet yakni melihat video dari perangkat elektronik seperti komputer maupun smartphone. Hal ini

---

<https://jurnal.uns.ac.id/jodasc>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2021.

<sup>5</sup> Nani Sintiawati, Perilaku Masyarakat dalam Menggunakan Media Digital di Masa Pandemi, Jurnal AKRAB. Vol. XI Edisi 2, Oktober 2020. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2021.

<sup>6</sup> [APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](#) Diakses pada 30 Agustus 2022

yang mendasari perusahaan-perusahaan penyedia layanan untuk terus melakukan pengembangan dan inovasi dalam aplikasi yang mereka miliki. Hal ini dilatar belakangi adanya data dari APJII yang mencatat dalam sektor hiburan sendiri menyebutkan video daring menjadi akses hiburan terbesar dengan 49,3%, disusul *game* daring 16,5%, dan musik daring 15,3%.

Laporan terbaru dari agensi *marketing We Are Social* mengungkapkan jika lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah aktif/melek menggunakan media social pada bulan Januari 2022. Dalam survei tersebut menyebutkan pengguna internet dihitung dari tahun 2012 hingga tahun 2022 terus mengalami peningkatan. Hal ini didukung oleh data dari APJII yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal 2022 mencapai 210,03 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 6,78% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya sebesar 196,7 juta jiwa. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02% Januari 2020 lalu.<sup>7</sup> Umumnya pengguna internet didominasi oleh generasi milenial (rentan umur 19-34 tahun) sebanyak 49,52%. Sedangkan aktivitas pengguna internet untuk mengunduh/menonton film menduduki posisi ketiga terbanyak sebesar 45,3%, pemanfaatan internet di bidang gaya hidup yaitu sebanyak 70,23%, disusul aktivitas mengunduh/mendengarkan music sebanyak 71,10% dan social media sebanyak 87,13%, penggunaannya pun didominasi oleh perangkat *smartphone*. Sebanyak 98,3%. Masih dilaporan yang sama, penggunaan berselancar di internet masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit.

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa media tradisional menjadi media baru telah dilengkapi dengan teknologi digital. Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet, WWW (*world wide web*), fitur multimedia. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan

---

<sup>7</sup> [APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id) Diakses pada 30 Agustus 2022

Youtube merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online. Selain itu, masih ada jenis new media lainnya seperti: komputer atau notebook, DVD, VCD, Portable media player, smartphone, video game dan virtual reality.<sup>8</sup>

Pandemi mendorong pemerintah memberlakukan kebijakan-kebijakan yang dinilai mampu menanggulangi situasi ini. Jaga jarak, pakai masker, dan diam di rumah adalah tiga hal yang terlihat sederhana namun mampu mengubah pola hidup masyarakat. Masyarakat belajar, bekerja, dan menikmati hiburan dari rumah. Salah satu hiburan yang kian diminati adalah menonton film dan serial televisi dengan pemanfaatan platform berlangganan. Seketika, masyarakat beramai-ramai berlangganan platform film online untuk menikmati beragam tontonan. Ya, fenomena ini bukan lagi sekadar hiburan ataupun hobi melainkan demam streaming di tengah pandemi.



Gambar 1. Peningkatan Online Streaming di Indonesia Selama Pandemi Covid-19

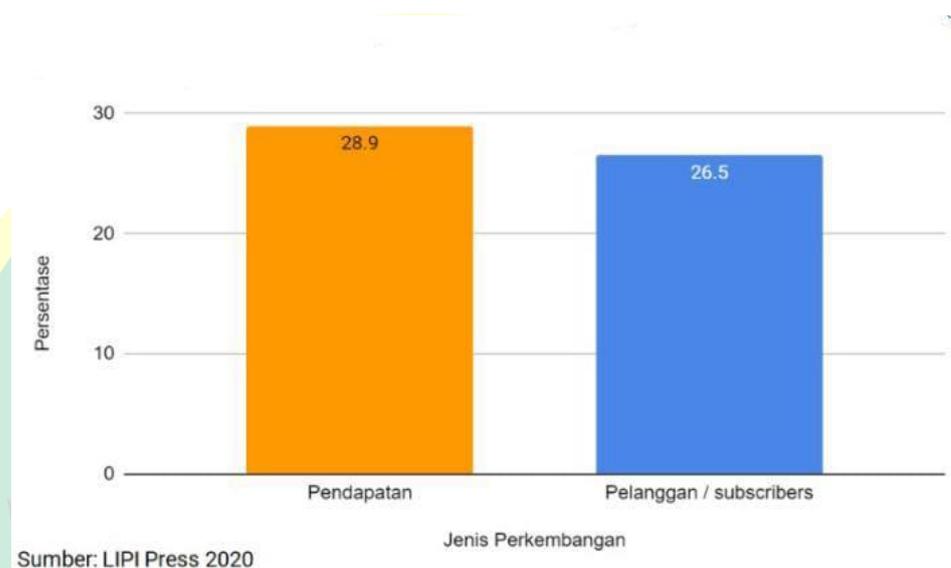
Sumber: McKinsey.com

Fenomena demam *streaming* tersebut diperkuat dengan adanya survei McKinsey yang melibatkan 1.034 responden di Indonesia yang menunjukkan

---

<sup>8</sup> Anis Hamidati, Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), hlm 13

sebanyak 43% responden semakin sering menggunakan online streaming. Jumlah pengguna baru online streaming pun semakin bertambah sebanyak 6%, yang mulai menggunakan jasa tersebut di penghujung 2020. Dari total keseluruhan sampel, setidaknya 67% responden berniat untuk terus memanfaatkan Perkiraan Persetelah pandemi berhasil dikontrol.<sup>9</sup>



Gambar 2. Perkembangan Pelanggan Video on Demand di Indonesia Tahun 2020

Sumber: LIPI Press 2020

Masih dalam data dan sumber yang sama, sesuai dengan grafik pada Gambar 2, kecenderungan masyarakat lebih sering menonton tayangan melalui berbagai *platform streaming* tentunya membawa dampak positif bagi bisnis streaming di Indonesia. Data Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI Press) memperkirakan peningkatan jumlah pendapatan yang diperbolehkan *platform streaming* pada 2020 meningkat menjadi 28,9% atau sekitar 140 juta dolar AS, sedangkan jumlah pelanggan naik menjadi 26,5% menjadi 13 juta. Perkiraan ini menjadi bukti bahwa pengguna *platform streaming* semakin relevan di tengah pandemi, saat kondisi memaksa masyarakat untuk menetap di rumah.

<sup>9</sup> [Demam Streaming di Tengah Pandemi | kumparan.com](https://www.kumparan.com) Diakses pada 24, Agustus 2022

Di Indonesia, kini ada lebih dari 14 penyedia aplikasi nonton film yang hadir dan legal di Indonesia, antara lain HOOQ, *iFlix*, *Netflix*, *Yidio*, *Genflix*, *Viu*, dan *Disney+Hotstar*, *WeTV*, *MAXstream*, *Klik Film*, *Genflix 2.0* dan lainnya.<sup>10</sup> Kehadiran layanan konten internet *over the top* (OTT) berbasis aplikasi tersebut telah membawa banyak pengaruh pada industry hiburan, khususnya perfilman dunia dan Indonesia.



Gambar 3. 5 Sosial Media dan Aplikasi Streaming Video Teratas

Sumber: *We Are Social.com*

Penggunaan aplikasi penyedia film kini semakin banyak diminati dimasyarakat, seperti yang tertera dalam data diatas menunjukkan bahwa tingkat menonton cukup tinggi. Hal itu tidak selamanya berdampak baik dalam masyarakat, namun juga ada dampak *negative* yang ditimbulkan dari menonton film. Dalam penelitian Inge Marisyuanda menyebutkan dampak menonton film kartun yang menyebutkan seiring dengan perkembangan zaman teknologi informasi memiliki dampak yang sangat besar bagi kalangan anak-anak maupun remaja. Dari hasil penelitian karya ilmiah tersebut menonton film merupakan sebuah hiburan dan sebagai pemenuhan segala aspek kehidupan seperti batin, psikis, dan lainnya.

Menonton tayangan televisi juga turut mempengaruhi perilaku remaja,

<sup>10</sup> <https://theasianparent.com/aplikasi-nonton-film-terbaik-legal> Diakses pada 30 Agustus 2022

sebab dari situlah awal bermulanya. Apabila menonton tayangan televisi yang kurang baik maka dampak yang ditimbulkan adalah perilaku yang kurang baik pula. Dari hal tersebut anak-anak diharapkan dapat selektif dalam memilih tayangan televisi. Peran orangtua dan guru sebagai pembimbing dan pengawas sangat diperlukan. Agar anak-anak tidak salah dalam memilih tayangan televisi yang menyimpang. Dapat disimpulkan bahwa menonton tayangan televisi pada anak-anak mampu merubah perilaku seseorang yang awalnya baik menjadi kurang baik. Karena menonton tayangan televisi mampu mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang.<sup>11</sup>

Selain itu, dalam penelitian M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung membahas mengenai motif dan pola penggunaan media social instagram di kalangan mahasiswa menggunakan teori *uses and gratifications* dengan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel sebanyak 49 orang berhasil mengungkapkan motif pengguna yakni “mencari kesenangan atau hiburan” dengan pola penggunaan yang cenderung tidak teratur, dengan frekuensi penggunaan sebanyak lebih dari 4 (empat), durasi kurang dari 1 (satu) jam, waktu penggunaan lebih banyak pada malam hari dan konten yang paling banyak dilihat ialah foto tempat wisata dan video tutorial.<sup>12</sup>

Dari kasus diatas, peneliti tertarik meneliti dari motif penggunaan serta perilaku yang ditimbulkan dari menonton film. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 4 Mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto yakni Resti Azfirotul Ma'rifah yang merupakan mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Hanifah Abir Andriana, Hanifah Asjad Andriani dan juga Dina Zahrotun Nisa' yang merupakan mahasiswa fakultas Dakwah. Hanifah Abir dan Hanifah asjad yang merupakan saudara kembar yang merupakan mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri dan keduanya merupakan mahasiswa kost sama halnya dengan Dina, Resti sebagai objek penelitian yang bertempat tinggal di rumah yang dimana keempatnya merupakan pengguna salah satu aplikasi

---

<sup>11</sup> [Karya Tulis Ilmiah DAMPAK MENONTON FILM KARTUN | Inge Marisyuanda](#) ).

Diakses pada 30 Agustus 2022

<sup>12</sup> M. Fachri Syahreza, Irwan Syari Tanjung, Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED, *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1(Sumatra: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), hlm 61-62

streaming film digital, selain itu mereka merupakan pengguna aktif aplikasi karena selain berlangganan mereka juga hampir setiap hari menggunakan aplikasi streaming film untuk menonton film yang mereka inginkan. Mereka biasa berselancar dalam menggunakan aplikasi dengan durasi rata-rata 2 jam/hari untuk menonton film. Selain itu, menurut peneliti dengan perbedaan latar belakang dari keempat mahasiswa tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang berbeda serta diperlukan peneliti, baik digunakan oleh mahasiswa untuk keperluan pembelajaran hingga hiburan.

Dengan berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai kondisi tersebut dengan judul **“Motif dan Perilaku Menonton Film Online Mahasiswa Dalam Perspektif Teori *Uses and Gratifications* (Studi pada Mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto)”**.

## **B. PENEGASAN ISTILAH**

Penegasan istilah merupakan batasan pengertian atau definisi yang penulis gunakan untuk memberikan gambaran jelas guna meminimalisir adanya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian serta bertujuan untuk memfokuskan kajian pembahasan sebelum dilakukan lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional, dimana definisi operasional adalah operasionalisasi variabel ataupun faktor-faktor yang dikaji dalam penelitian dan digunakan untuk memberikan arahan bagi pengukurannya.<sup>13</sup>

### **a. Motif**

Motif merupakan sebuah keinginan yang kuat untuk mencapai sebuah tujuan. Motif berada dalam diri manusia yang diwujudkan melalui perilaku sehingga menimbulkan sesuatu untuk mencapai sebuah kepuasan atau tujuan yang diinginkan.<sup>14</sup>

Motif yang dilihat dalam penelitian ini mengacu pada motif menonton

---

<sup>13</sup> Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020). Hlm. 100

<sup>14</sup> Syarif Hidayat, *“Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri”*, Skripsi, (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2021), hlm 6

menurut McQuail yang memiliki empat jenis yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.<sup>15</sup>

b. Perilaku

Perilaku menurut Kast dan Rosenweig adalah cara bertindak yang menunjukkan tingkah laku seseorang dan merupakan hasil kombinasi antara pengembangan anatomis, fisiologis dan psikologis. Disebutkan oleh Rakhmat (2001) menyebutkan bahwa terdapat tiga komponen yang mempengaruhi perilaku manusia, yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif merupakan aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen afektif merupakan aspek emosional. Komponen konatif adalah aspek volisional yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Dikemukakan oleh Samsudin (1987), unsur perilaku terdiri atas perilaku yang tidak nampak seperti pengetahuan (*cognitive*) dan sikap (*affective*), serta perilaku yang nampak seperti keterampilan (*psychomotoric*) dan tindakan nyata (*action*). Pola perilaku setiap orang bisa saja berbeda tetapi proses terjadinya adalah mendasar bagi semua individu, yakni dapat terjadi karena disebabkan, digerakkan dan ditunjukkan pada sasaran.<sup>16</sup>

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.<sup>17</sup>

c. *Video on Demand*

Menurut Priyambudi dan Ambarwati, *Video On Demand (VOD)*

---

<sup>15</sup> Sumartono, Motif dan Pola Menonton Siaran Stasiun TV Swasta Nasional Di Kalangan Mahasiswa FIKOM UBHARA JAYA, *Jurnal Komunikologi*, Vol. 11, No. 2, (Jakarta: Universitas Esa Unggul Jakarta, 2014), hlm 98-99

<sup>16</sup> Kast dan James E. Rosenzweig Fremont, *Organisasi Dan Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995)

<sup>17</sup> Notoatmojo, S. *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003).

didefinisikan sebagai *system* yang memungkinkan pengguna untuk dapat memilih dan menonton video yang ingin diakses dari penyedia layanan di internet sebagai bagian dari *system* interaktif. VOD bisa memanfaatkan metode streaming, Progressive downloading, maupun download. *video on demand* merupakan *system* untuk menonton tayangan video secara interaktif dimana pengguna dapat dengan bebas memilih tayangan yang diinginkan serta mengendalikan tayangan tersebut seperti *pause, fast forward, fast rewind, slow forward, dan slow rewind*.<sup>18</sup>

Dalam hal ini pengguna akan memiliki kebebasan penuh untuk memilih apa yang ingin ia lihat. Beberapa layanan VoD yang bisa dinikmati di Indonesia adalah Netflix, Iflix, Viu, HOOQ, Catchplay, iTunes, Google Play, Tribe dan Viki untuk layanan VoD berbayar dan Youtube, Vidio, MeTube, Mivo dan Vimeo untuk layanan VoD gratis.

#### d. Mahasiswa

Dikutip oleh Nuraini menurut Siswoyo, mahasiswa yakni seseorang yang belajar dan menimba ilmu di suatu perguruan tinggi. Sedangkan menurut Hartaji mahasiswa merupakan seseorang yang terdaftar di sekolah tinggi, institut, universitas, atau sebagaimana baik negeri maupun swasta dan sedang menuntut ilmu.<sup>19</sup>

Mahasiswa termasuk menjadi salah satu pengguna atau konsumen smartphone terbanyak, karena jumlah di Indonesia yang begitu besar dan tersebar dimana-mana. Mahasiswa dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

### C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa motif yang mendorong mahasiswa untuk menonton film pada layanan film online?

---

<sup>18</sup> Rahmadi Prabowo, Analisis Loyalitas Pengguna Layanan Video on Demand Berlangganan Netflix Menggunakan Extended Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2), *Skripsi*, (Jakarta:UIN Syarif, 2009)

<sup>19</sup> Ibid. 29

2. Bagaimana perilaku yang ditimbulkan dari menonton film di dalam kehidupannya?

#### **D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif penggunaan aplikasi streaming film dan juga faktor apa dalam membentuk perilaku mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

- Tujuan Khusus

- a. Mengetahui perilaku serta motif mahasiswa menonton film online terhadap perilaku yang terjadi di kalangan mahasiswa
- b. Mendeskripsikan tentang perilaku menonton film online terhadap mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

##### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna dan mampu memberikan khazanah keilmuan, pemikiran dan sebagai diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini untuk mengetahui motif mahasiswa menonton film online serta mengetahui perilaku yang ditimbulkan dari menonton film secara online terhadap perilaku mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### **E. KAJIAN PUSTAKA**

Kajian pustaka dalam penelitian ini berguna untuk menghindari kesamaan dan menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu ini dijadikan bahan acuan peneliti dalam melakukan penelitian, yakni sebagai berikut:

*Pertama*, skripsi karya Nurul Muthia Amin yang berjudul “Perilaku Masyarakat Dalam Menonton Tayangan Channel Youtube Mistik Jurnalrisa (Studi Deskriptif di Kota Makassar)” dari Universitas Hasanuddin yang dilakukan pada tahun 2021. Penelitian terdahulu ini mengkaji perilaku masyarakat kota Makassar dalam menonton youtube channel jurnalrisa yang berfokus pada tayangan mistik dengan subscriber terbanyak yaitu 3,085,006 subscribers pada 2 September 2019 dimiliki oleh pemilik akun youtube jurnalrisa yang dimiliki oleh Risa Saraswati. Selain untuk mengetahui perilaku menonton masyarakat, penelitian ini juga mengkaji motif yang mempengaruhi masyarakat kota Makassar menonton channel youtube jurnalrisa. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan cara survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat Makassar yang meliputi durasi menonton selama 1-30 menit, mayoritas perangkat yang digunakan adalah smartphone, tipe konten yang kebanyakan ditonton adalah #jurnalrisa, dan mayoritas membaca komentar dan menyalakan pemberitahuan video terbaru. Kebanyakan dari responden tidak menuliskan komentar serta mayoritas responden berlangganan channel youtube jurnalrisa. Adapun motif dengan rata-rata tertinggi yang memengaruhi masyarakat kota Makassar dalam menonton youtube channel youtube jurnalrisa adalah motif kesenangan, motif informasi dan motif excitement.<sup>20</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada topic penelitian yang terkait perilaku seseorang. Sedangkan perbedaannya pada metode penelitian yang digunakan, subjek dan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian.

Kedua, skripsi dari Devi Ratma Pratama tahun 2021 dengan judul Perilaku Komunikasi Anak Dalam Gaya Bahasa Melayu Pada Tayangan

---

<sup>20</sup> Nurul Muthia Amin, “Perilaku Masyarakat Dalam Menonton Tayangan Channel Youtube Mistik Jurnalrisa (Studi Deskriptif di Kota Makassar)” , *Skripsi*, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2021)

Upin&Ipin (Studi Pada Murid SDN 210 Lemahabang di Kabupaten Lawu Utara). Dimana penelitian terdahulu ini mengkaji dampak dari tayangan Upin & Ipin terhadap perilaku komunikasi Siswa Kelas III SDN 210 Lemahabang Kabupaten Lawu Utara, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian s. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi intrapersonal yang diadopsi seperti berkomunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berfikir dalam melakukan suatu kegiatan, Komunikasi antarpersonal yang diadopsi, cenderung untuk mengikuti gaya bahasa pada tayangan Upin & Ipin saat berinteraksi dikesehariannya, dari penelitian menyebutkan tayangan Upin & Ipin pada dasarnya Film tidak memberikan dampak yang buruk namun efek komunikasi pada anak-anak beragam walaupun menerima pesan yang sama, anakanak mempunyai perhatian, minat, dan keinginan yang berbeda.<sup>21</sup>

Persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada pendekatan penelitian yang digunakan, objek kajian yang diteliti dan lebih menitikberatkan dampak menonton film terhadap perilaku seseorang.

Ketiga, skripsi karya mahasiswa Universitas Airlangga tahun 2020 oleh Rickwan Joverson Ginting dengan judul “Perilaku Konsumtif Menonton Youtube Pada Kalangan Mahasiswa di Surabaya” dengan tujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif menonton Youtube yang muncul pada kalangan mahasiswa khususnya di kota Surabaya, dimana permasalahan penelitian tersebut dianalisis dan dipahami melalui perspektif budaya populer (*Pop Culture*) melalui teori konsumsi- Jean Baudrillard dan teori gaya hidup- David Chaney. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menentukan informan, memperoleh data dan menganalisis data. Hasil penelitian terdahulu ini menemukan bahwa terbentuknya perilaku konsumtif menonton Youtube pada kalangan mahasiswa di Surabaya adalah melalui tahapan simulacra, simulasi dan

---

<sup>21</sup> Devi Ratma Pratama, Perilaku Komunikasi Anak Dalam Gaya Bahasa Melayu Pada Tayangan Upin&Ipin (Studi Pada Murid SDN 210 Lemahabang di Kabupaten Lawu Utara), *Skripsi*,(Makassar: Universitas Muhammadiyah, 2021)

hiperrealitas. Selain itu, terbangunnya gaya hidup yang konsumtif di masyarakat mendorong terbentuknya perilaku konsumtif menonton Youtube yang diikuti dengan perilaku konsumsi sinergik dan prosumen. Berdasarkan hasil temuan dan analisis data, penelitian ini kemudian membagi konsumen ke dalam dua bagian dibalik terbentuk perilaku konsumtif menonton Youtube yaitu *Productive viewers* yang masih memiliki preferensi pribadi dalam mengonsumsi Youtube dan *non-productive viewers* yang mutlak dipengaruhi kekuatan dominasi kapitalis.<sup>22</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif serta teknik pengumpulan data dan objek penelitian yang merupakan *platform streaming video*. Sementara perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan, teori penelitian, dan keseluruhan topik penelitian yang nantinya akan memberikan hasil yang berbeda.

Keempat, Jurnal dari Fakhriza Palaivi, Ida Lestari dan Taufiq tahun 2018 dengan judul *Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Dalam Pemanfaatan Media Video Online Dengan Pendekatan Uses and Gratification*. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku penelusuran informasi melalui media video online oleh mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang dan kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang dengan pendekatan Uses and Gratification melalui media video online, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berjenis studi deskriptif. Dimana berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Sastra mampu melakukan penelusuran informasi melalui media video online dengan tahap yang runtut yaitu starting, chaining, browsing, monitoring, differentiating dan extracting. Kedua, mahasiswa mampu memenuhi kebutuhan informasi dengan pendekatan Uses and Gratification mulai dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi pribadi, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan pelarian.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Rickwan Joverson Ginting, "Perilaku Konsumtif Menonton Youtube Pada Kalangan Mahasiswa Di Surabaya", *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2020)

<sup>23</sup>Fakhriza Palaivi, dkk, Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Dalam Pemanfaatan Media Video Online Dengan Pendekatan Uses and Gratification, *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*.

Persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama meneliti terhadap perilaku seseorang dan penggunaan teori yang sama yakni *uses and gratification*. Sementara perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan, menggunakan metode penelitian yang berbeda, teknik pengumpulan data, objek penelitian, serta keseluruhan topik penelitian yang nantinya akan memberikan hasil yang berbeda.

Kelima, Jurnal karya Nurlaila Kusuma dan Hadiyanto yang berjudul *Perilaku Menonton dan Kepuasan Petani Terhadap Program Merajut Asa di Televisi TV Trans7* dari Jurnal Penyuluhan, Institute Pertanian Bogor tahun 2015. Penelitian ini mengidentifikasi perilaku khalayak dalam menonton program acara televisi, serta menganalisis hubungan perilaku menonton dengan tingkat kepuasan masyarakat terhadap program Merajut Asa TV Trans7. Metode penelitiang terdahulu ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif yang didukung data kualitatif. Hasil penelitian terdahulu ini menjelaskan pilihan acara yang paling diminati oleh petani yakni program informasi dan hiburan. Dalam jurnal penelitian ini menjelaskan petani memiliki durasi menonton televisi yang tergolong rendah, yaitu selama 7,50-45,75 menit/hari, begitu pula dengan durasi menonton program Merajut Asa TV Trans7 juga tergolong rendah, yaitu selama 1-15 menit. Petani memiliki frekuensi menonton televisi yang rendah yaitu hanya menonton 1-4 kali seminggu serta frekuensi menonton yakni 1-2 kali dalam sebulan. Durasi menonton tidak berhubungan dengan tingkat kepuasan khalayak. Frekuensi menonton berhubungan dengan tingkat kepuasan khalayak, yaitu kepuasan informasi para petani di desa Citapen. Namun, untuk kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi social, serta kepuasan hiburan tidak memiliki hubungan nyata dengan frekuensi menonton.<sup>24</sup>

Persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama meneliti terhadap perilaku menonton seseorang. Sementara perbedaannya terletak pada subjek

---

Vol. 2, No. 1, (Malang: Universitas Malang, 2018), hlm 56.

<sup>24</sup> Nurlaila Kusuma, Hadiyanto, *Perilaku Menonton dan Kepuasan Petani Terhadap Program Merajut Asa di Televisi TV Trans7*. Jurnal Penyuluhan, Vol.11 No.1. (Bogor: Institute Pertanian Bogor, 2015), hlm 60

yang digunakan, menggunakan metode penelitian yang berbeda, penggunaan teori yang berbeda, dan objek penelitian yang berbeda dimana dalam penelitian terdahulu objek penelitian yakni petani sedangkan penelitian ini meneliti mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, serta perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian yang nantinya akan memberikan hasil yang berbeda.

Keenam, Penelitian Titik Erlina mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun 2017 dengan judul *Motif dan Kepuasan Menonton Serial Lonceng Cinta Di ANTV (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Kelompok Ibu Pengajian Masjid An-Nur Rt 23 / Rw 05, Jatimulyo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta)*, penggunaan Teori *Uses And Gratification* dengan pendekatan penelitian kuantitatif metode eksplanatif dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara rata-rata skor variabel motif dengan rata-rata skor variabel kepuasan ( $GS < GO$ ) rata skor variabel motif sebesar 38,75 dan rata-rata skor variabel kepuasan sebesar 41,45. Maka, bisa dikatakan bahwa terdapat kesenjangan kepuasan yang menunjukkan serial Lonceng Cinta di ANTV memberi kepuasan lebih untuk responden.<sup>25</sup>

Persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama meneliti terhadap motif menonton seseorang, penggunaan teori *uses and gratification* yang digunakan. Sementara perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan, menggunakan metode penelitian yang berbeda, teknik pengumpulan data, objek penelitian, serta keseluruhan topik penelitian yang nantinya akan memberikan hasil yang berbeda.

Ketujuh, penelitian karya Ani Ziadatus Syarifah mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun 2017, dengan judul *Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea (Uses And Gratifications Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Surakarta)*. Sesuai dengan judulnya, penelitian ini terfokus menggunakan teori

---

<sup>25</sup> Titik Erlina, *Motif dan Kepuasan Menonton Serial Lonceng Cinta Di ANTV (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Kelompok Ibu Pengajian Masjid An-Nur Rt 23 / Rw 05, Jatimulyo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta)*, *Skripsi*, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017)

uses and gratification, dimana menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Hasil penelitian hubungan antara motif dan kepuasan penonton pada tayangan drama Korea ini adalah adanya hubungan yang sangat kuat antara motif dan kepuasan. Hal ini didapat dari interpretasi angka korelasi berkisar antara - 1 hingga +1. Jika nilai korelasi mendekati +1.<sup>26</sup>

Persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama meneliti terhadap motif menonton seseorang, penggunaan teori *uses and gratification* yang digunakan. Sementara perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan, menggunakan metode penelitian yang berbeda, teknik pengumpulan data, serta objek penelitian yang berbeda dimana dalam penelitian terdahulu objek penelitian yakni petani sedangkan penelitian ini meneliti mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, serta perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian yang nantinya akan memberikan hasil yang berbeda.

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah (LBM), Penegasan Istilah , Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi landasan teoritik tentang Motif Menonton, Perilaku Menonton, Teori *Uses and Gratifications*, dan Film Online yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Waktu dan Lokasi Penelitian, Subjek Dan Objek Penelitian, Sumber Data Penelitian, Metode Pengumpulan Data, dan Teknis Analisis Data.

---

<sup>26</sup> Ani Ziadatus Syarifah, Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea (*Uses And Gratification* Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Surakarta), *Skripsi*,(Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017)

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan penggambaran deskriptif secara umum mengenai motif dan perilaku menonton film online pada mahasiswa.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan, saran-saran, dan penutup.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Motif Menonton

Motif dalam kamus besar bahasa Indonesia(KBBI) merupakan alasan (sebab) seseorang melakukan sesuatu.<sup>27</sup> Dalam bidang psikologi, para ahli mencoba (berusaha) menggolongkan atau mengklasifikasikan motif yang ada dalam diri manusia atau suatu organisme ke dalam beberapa golongan. Hingga saat ini, terdapat beberapa pengklasifikasian motif yang didasari beberapa pendapat, diantaranya didasarkan pada reaksi seseorang terhadap stimulus yang datang, ada yang didasarkan pada asal-usul tingkah laku, ada pula yang mendasarkan pada tingkat kesadaran orang bertingkah laku, di samping dasar-dasar lainnya.<sup>28</sup>

Rochman Natawijaya mendefinisikan motif sebagai kondisi atau keadaan seseorang atau suatu organism yang menyebabkan atau kesiapannya untuk memulai atau melanjutkan suatu serangkaian tingkah laku atau perbuatan. Motif merupakan sumber penggerak dan pendorong tingkah laku individu untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai tujuan tertentu.<sup>29</sup>

Daftar motif memang tidak memiliki batasan. Namun, dalam operasionalisasi Blumber menggolongkannya cukup praktis untuk dijadikan petunjuk penelitian. Blumber menyebutkan tiga orientasi dimana *pertama* terdapat orientasi kognitif, dimana kebutuhan bukan informasi, *surveillance*/pengawasan, atau eksplorasi realitas. *Kedua*, diversifikasi yakni kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan, serta *ketiga*, identitas personal dalam artian ini menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan maupun

---

<sup>27</sup> [Arti kata motif - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#) Diakses pada 9 September 2022

<sup>28</sup> Alex Sobur, Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm 249

<sup>29</sup> Rizka Perdina Profita, Identifikasi Motif menonton Tayangan Program Televisi “Laptop Si Unyil” Trans7 Pada Siswa SDN 010 Kec. Samarinda Utara Kel. Sungai Pinang Dalam Samarinda, *e-journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 4, (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2015), hlm 32

situasi khalayak sendiri.<sup>30</sup> Berbeda dengan penelitian Rubin dalam konsep TV Viewingnya berupaya mengetahui mengapa orang menonton televisi, maka ia melakukan dengan cara mengelompokkan jenis kebutuhan melalui pengidentifikasian jenis motif yang lebih rinci. Motif yang dimaksud terdiri dari *relaxation, companionship* (pertemanan), *habit, pass time, learning about things, learning about my self, arousal* dan *forget/escape*.

Sama halnya dengan motif di atas, kajian mengenai penggunaan media juga menjelaskan bagaimana individu menggunakan media. Terkait dengan penggunaan media oleh individu, McQuail dkk merumuskan empat motif yang sama mengenai penggunaan media massa oleh individu sebagai berikut<sup>31</sup>:

1. Motif Informasi

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- Belajar, pendidikan diri sendiri. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas pribadi

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- Menemukan model perilaku.
- Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan interaksi sosial

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati social

---

<sup>30</sup> M. Fachri Syahreza, Irwan Syari Tanjung, Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED, *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1(Sumatra: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), hlm 67

<sup>31</sup> Sumartono, Motif dan Pola Menonton Siaran Stasiun TV Swasta Nasional Di Kalangan Mahasiswa FIKOM UBHARA JAYA, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 11, No. 2, (Jakarta: Universitas Esa Unggul Jakarta, 2014), hlm 98-99

- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- Memperoleh teman selain dari manusia
- Membantu menjalankan peran social
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat.

#### 4. Motif Hiburan

- Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
- Bersantai
- Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
- Mengisi waktu
- Penyaluran emosi

Ini memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian dari para ahli mengenai teori *uses and gratification* dengan kata lain teori penggunaan dan kepuasan, mengenai Alan Rubin yang menemukan beberapa alasan atau motif orang menggunakan media sebagai berikut<sup>32</sup>:

1. Menghabiskan waktu
2. Sebagai teman (*companionship*)
3. Memenuhi ketertarikan (*excitement*)
4. Pelarian
5. Kesenangan
6. Interaksi sosial
7. Relaksasi
8. Memperoleh informasi
9. Mempelajari isi media

Motif dapat diartikan sebagai suatu pengertian, yang melingkupi semua alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia

---

<sup>32</sup> M. Fachri Syahreza, Irwan Syari Tanjung, Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED, *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1(Sumatra: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), hlm 68-69

berbuat sesuatu. Selanjutnya, menjelaskan dalam mempelajari tingkah laku manusia pada umumnya. Utamanya, harus mengetahui apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, dan mengapa melakukan itu. Seperti yang diketahui, keinginan dan kebutuhan masing-masing individu berbeda dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga dapat dipastikan setiap individu memiliki motif yang berbeda dalam menggunakan media massa yang mereka gunakan. Dalam artian ini, sama halnya dengan setiap orang akan berbeda motif dalam menentukan media yang akan digunakan. Ketika motif tersebut terpenuhi, maka akan terlihat bagaimana orang tersebut menggunakan media yang telah dipilihnya untuk memenuhi kebutuhannya.

## **B. Perilaku Menonton**

### **1. Pengertian Perilaku**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kata perilaku memiliki arti tanggapan atau reaksi seseorang (individu) terhadap rangsangan atau lingkungan. Dalam agama perilaku yang baik yakni perilaku yang sesuai dengan tujuan penciptaan manusia ke dunia, yaitu untuk menghambakan diri atau beribadah kepada penciptanya dalam kata lain ialah Tuhannya.

Perilaku dilihat dari segi biologis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas dari organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan. Pada dasarnya seluruh makhluk hidup tersebut berperilaku, termasuk juga manusia. Jadi perilaku manusia adalah seluruh kegiatan atau aktivitas dari manusia itu sendiri, baik yang dapat diamati secara langsung atau yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.<sup>33</sup>

Menurut Notoatmojo, Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar. Pengertian perilaku menurut Krech, dkk yaitu pikiran dan tindakan individu untuk merefleksikan keinginan-keinginan (*wants*) dan

---

<sup>33</sup> [Pengertian Perilaku, Bentuk, Jenis, Faktor Beserta Contoh \(pendidikan.co.id\)](http://pendidikan.co.id) Diakses pada 1 September 2022

tujuan (*goals*).<sup>34</sup>

Psikologi memandang perilaku manusia sebagai respons yang bisa bersifat sederhana atau kompleks. Berbicara tentang perilaku, manusia itu unik/istimewa. Ini berarti bahwa itu tidak sama antara satu dengan yang lainnya. Baik dari segi kecerdasan, bakat, sikap, minat dan kepribadian. Orang berperilaku atau bertindak dengan tujuan tertentu. Adanya kebutuhan pribadi seseorang akan muncul motivasi atau penggerak, bagi orang tersebut untuk berperilaku, kemudian mencapai tujuannya, dan individu mengalami kepuasan. Siklus lingkaran tersebut akan kembali terbentuk untuk kebutuhan berikutnya atau kebutuhan lain dan seterusnya, dalam suatu proses tingkah laku manusia terjadi.

Bohar Soeharto mengatakan perilaku adalah hasil proses belajar mengajar yang terjadi akibat dari interaksi dirinya dengan lingkungan sekitarnya yang diakibatkan oleh pengalaman-pengalaman pribadi.<sup>35</sup> Saifudin Azwar dalam bukunya menjelaskan bahwa perilaku sebagai reaksi bersifat sederhana maupun kompleks dan merupakan ekspresi sikap seseorang.<sup>36</sup> Sikap tersebut terbentuk dalam dirinya yang merupakan tekanan atau hambatan dari luar dan dalam dirinya. Artinya reaksi yang sudah terbentuk dalam dirinya akan muncul sebagai perilaku aktual yang mencerminkan sikapnya.

## 2. Proses Pembentukan Perilaku

Terdapat salah satu penelitian yang mengungkapkan proses pembentukan perilaku, dimana penelitian Rogers ini menjelaskan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), didalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan, yakni:

- *Awareness* (Kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti

---

<sup>34</sup> Nando, Nurmala K. Pandjaita, Hubungan Antara Perilaku Menonton Film Kekerasan Dengan Perilaku Agresi Remaja, *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 6, No. 1 (Bogor : Institute Pertanian Bogor, 2012), hlm 23

<sup>35</sup> Tulus Tu'u, Peran Disiplin Pada Perilaku dan Persetasi Siswa (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2004), hlm. 63

<sup>36</sup> Saifudin Azwar, Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 9

mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.

- *Interest*, yaitu orang mulai tertarik kepada stimulus.
- *Evaluation*, dalam artian ini orang tersebut menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus bagi dirinya. Hal ini berarti sikap informan sudah lebih baik lagi.
- *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
- *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

Menurut Notoatmodjo, apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses seperti ini didasari oleh pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang positif maka perilaku tersebut akan menjadi kebiasaan atau bersifat langgeng (*long lasting*).<sup>37</sup>

Proses pembentukan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, faktor-faktor tersebut antara lain<sup>38</sup> :

- 1) Persepsi, Persepsi adalah sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya.
- 2) Motivasi, Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu, hasil dari pada dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku
- 3) Emosi, Perilaku juga dapat timbul karena emosi, Aspek psikologis yang mempengaruhi emosi berhubungan erat dengan keadaan jasmani, sedangkan keadaan jasmani merupakan hasil keturunan (bawaan), Manusia dalam

---

<sup>37</sup> [Mengenai Perilaku, Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku, Dominan Perilaku, dan Proses Terjadinya - Universitas Psikologi](#) Diakses pada tanggal 8 September 2022

<sup>38</sup> [Pengertian Perilaku Adalah : Menurut Para Ahli, Proses Terjadinya, Faktor-faktor yang mempengaruhi, Jenis-jenis, Bentuk-bentuk, dan Proses Pembentukan Perilaku | Informasi Dunia Pendidikan \(referensiswa.my.id\)](#) Diakses pada tanggal 8 September 2022

mencapai kedewasaan semua aspek yang berhubungan dengan keturunan dan emosi akan berkembang sesuai dengan hukum perkembangan, oleh karena itu perilaku yang timbul karena emosi merupakan perilaku bawaan.

- 4) Belajar, Belajar diartikan sebagai suatu pembentukan perilaku dihasilkan dari praktek-praktek dalam lingkungan kehidupan. Barelson (1964) mengatakan bahwa belajar adalah suatu perubahan perilaku yang dihasilkan dari perilaku terdahulu.

Selain itu, adapun proses pembentukan perilaku menurut Walgito ialah sebagai berikut:

- a. Kebiasaan (*Kondisioning*)

Pembentukan sebuah perilaku dengan kebiasaan dapat dilakukan dengan cara membiasakan diri sendiri untuk tetap berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut.<sup>39</sup> Proses kebiasaan berdasarkan pada teori kebiasaan baik yang telah dikemukakan oleh Pavlov, Skinner dan Thorndike meskipun ada beberapa pendapat yang bertolak belakang, namun Pavlov, Thorndike dan Skinner telah memiliki dasar pandangan yang tidak berbeda jauh satu sama lain.

- b. Pengertian (*insight*)

Proses pembentukan sebuah perilaku dengan pengertian ini didasarkan pada teori belajar kognitif yakni belajar yang disertai adanya pengertian.<sup>40</sup> Menurut Thorndike, yang dipentingkan dalam suatu pembelajaran adalah soal latihan, menurut penelitian Kohler yang dipentingkan dan di utamakan dalam

---

<sup>39</sup> Vizcardine Audinovic, Pengaruh penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perubahan Prilaku Mahasiswa Dalam Interaksi Sosial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2008 universitas Muhammadiyah Malang), *Skripsi*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2012), hlm 14

<sup>40</sup> Vizcardine Audinovic, Pengaruh penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perubahan Prilaku Mahasiswa Dalam Interaksi Sosial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2008 universitas Muhammadiyah Malang), *Skripsi*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2012), hlm 14

belajar adalah pengertian dan Kohler merupakan seorang tokoh psikologi Gestalt pada aliran kognitif. Contohnya bila naik motor harus menggunakan helm, karena helm tersebut untuk keamanan diri, dan masih banyak contoh untuk menggambarkan hal tersebut

c. Menggunakan Model

Proses pembentukan sebuah perilaku dengan menggunakan model yang didasarkan pada teori belajar sosial (*social learning theory*) dengan kata lain *observational learning theory*.<sup>41</sup> Proses pembentukan perilaku ini dilakukan dengan menggunakan contoh dari pemimpin atau orang yang lebih tua untuk dijadikan model. Misalnya, orang tua sebagai contoh anak-anaknya dan pemimpin sebagai panutan yang dipimpinnya.

Jadi, jika menurut pada beberapa sumber diatas dapat diambil kesimpulan bahwa proses pembentukan perilaku ada didalam kehidupan kita sehari-hari. Selain itu juga, beberapa penjelasan diatas juga bersangkutan dengan diri kita masing-masing.

### 3. Macam-macam Perilaku

Menurut Skinner, perilaku ini merupakan respon atau juga reaksi seseorang terhadap stimulus. Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus, maka perilaku tersebut dapat atau bisa dibedakan menjadi dua macam, yaitu<sup>42</sup>

a. Perilaku tertutup (*Covert Behavior*)

Yakni suatu respon seseorang terhadap stimulus di dalam bentuk terselubung atau juga tertutup(*covert*). Respon atau pun reaksi terhadap stimulus tersebut masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran, serta juga sikap-sikap yang terjadi pada

---

<sup>41</sup> Vizcardine Audinovic, Pengaruh penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perubahan Prilaku Mahasiswa Dalam Interaksi Sosial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2008 universitas Muhammadiyah Malang), *Skripsi*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2012), hlm 14

<sup>42</sup> [Pengertian Perilaku, Bentuk, Jenis, Faktor Beserta Contoh \(pendidikan.co.id\)](http://pendidikan.co.id) Diakses pada 3 September 2022

orang yang menerima stimulus tersebut, serta juga sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, serta juga belum dapat atau bisa diamati dengan secara jelas oleh orang lain.

b. Perilaku terbuka (*Overt Behavior*)

Merupakan respon seseorang terhadap stimulus di dalam bentuk tindakan nyata atau juga terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas di dalam bentuk tindakan atau juga praktek, yang dapat atau bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Perilaku manusia tersebut sangatlah kompleks serta mempunyai atau memiliki bentangan yang sangat luas.

#### 4. Jenis Perilaku

Jenis-jenis perilaku individu atau seseorang menurut Okviana tahun 2015, dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya yakni<sup>43</sup>:

- a. Perilaku sadar, perilaku yang melalui kerja otak dan pusat susunan saraf,
- b. Perilaku tak sadar, perilaku yang spontan atau instingtif,
- c. Perilaku tampak dan tidak tampak,
- d. Perilaku sederhana dan kompleks,
- e. Perilaku kognitif, afektif, konatif, dan psikomotor.

Poin terakhir, dimana adanya jenis perilaku kognitif, afektif, konatif, dan psikomotor diperkuat dengan adanya pernyataan Benyamin Bloom, seorang ahli psikologi pendidikan yang membagi perilaku manusia dalam 3 (tiga) kawasan, yaitu kognitif, afektif, dan psikomotor.<sup>44</sup>

#### 5. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Setiap perilaku yang ada pada diri manusia dipengaruhi oleh perkembangan dan pertumbuhannya. Dalam perkembangan manusia atau makhluk lain pada umumnya dapat dibedakan dalam 3 hal yaitu proses

---

<sup>43</sup> [Pengertian Perilaku Adalah : Menurut Para Ahli, Proses Tejadinya, Faktor-faktor yang mempengaruhi, Jenis-jenis, Bentuk-bentuk, dan Proses Pembentukan Perilaku | Informasi Dunia Pendidikan \(referensiswa.my.id\)](https://referensiswa.my.id) Diakses pada 8 September 2022

<sup>44</sup> Soekidjo Notoatmodjo, Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), hlm 139

pematangan, proses belajar, dan proses pembawaan atau bakat.<sup>45</sup> Namun jika melihat pada kajian psikologi, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku terdiri dari 2 faktor, yakni sebagai berikut :

#### 1. Faktor Personal (Pribadi)

##### a. Faktor Biologis

Dijelaskan oleh Wilson, bahwa perilaku social manusia dibimbing oleh aturan-aturan yang sudah deprogram secara genetic dalam jiwa manusia, yang berarti bahwa manusia akan terlibat dalam seluruh kegiatan manusia itu sendiri, bahkan berpadu dengan faktor-faktor sosiopsikologis.<sup>46</sup> Dimana faktor sosiopsikologis dapat diklasifikasikan menjadi 3 komponen yakni:

- Komponen afektif, dimana merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya.
- Komponen kognitif, merupakan aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia.
- Komponen konatif, yakni aspek volitional atau kehendak yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

##### b. Motif

Motif dapat diartikan sebagai keinginan yang berasal dari diri manusia. Faktor personal ini seringkali dipengaruhi oleh motif sosiogenis (kondisi lingkungan social), atau sering juga disebut dengan motif sekunder yakni sebagai lawan dari motif primer (motif biologis).<sup>47</sup> Motif sosiogenis dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

---

<sup>45</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, Pengantar Ilmu Psikologi (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1991), hlm. 26

<sup>46</sup> G.W. Alport, , *Theori of Perception and The Concept of Structure*,(New York: Wiley, 1955), hlm 134

<sup>47</sup> [Pengertian Perilaku, Bentuk, Jenis, Faktor Beserta Contoh \(pendidikan.co.id\)](http://pendidikan.co.id) Diakses pada 9 September 2022

- Motif ingin tahu: bisa berupa ingin mengerti, ingin menata dan ingin menduga-duga. Ini merupakan kecendrungan tiap orang untuk dapat berusaha memahami serta memperoleh arti dari dunianya.
- Motif kompetensi: Setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apapun. Perasaan mampu sangat tergantung pada perkembangan intelektual, social dan emosional.
- Motif cinta. Setiap orang ingin dicintai dan mencintai adalah hal esensial manusia. Setiap orang ingin diterima oleh kelompoknya secara tulus, kasih sayang, hangat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan kasih sayang yang tidak terpenuhi akan menimbulkan perilaku menuasia yang kurang baik; orang akan menjadi agresif, kesepian, frustrasi, bunuh diri.
- Motif harga diri. Kita menghendaki kehadiran kita tidak hanya dianggap sebagai bilangan (genep-genep: jawa). Hilangnya motif harga diri akan menimbulkan tindakan yang patologis (penyakit), impulsive, gelisah, mudah terpengaruh dan sebagainya.
- Kebutuhan akan nilai, makna kehidupan. Termasuk dalam motif ini adalah motif keagamaan. Bila manusia kehilangan nilai tidak tahu apa tujuan hidup sebenarnya. Ia tidak mempunyai kepastian untuk bertindak. Dengan demikian ia lekas putus asa dan kehilangan pegangan.
- Kebutuhan akan pemenuhan diri. Kita tidak hanya ingin hanya mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita; ingin memenuhi potensi-potensi kita.<sup>48</sup>

### c. Sikap

---

<sup>48</sup> Sumadi Suryobroto, Psikologi Kepribadian, (Jakarta: CV. Rajawali, 1988), hlm. 374

Sikap ada yang menganggap sejenis motif sosiogenetis yang diperoleh melalui belajar. Ada yang menyebut sebagai kesiapan sharaf sebelum memberikan respons.<sup>49</sup> Dari beberapa definisi dapat disimpulkan beberapa hal. *Pertama* sikap adalah kecenderungan bertindak, berprestasi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi, nilai. Sikap bukan perilaku tetapi hanya kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. *Kedua*, sikap mempunyai daya pendorong atau motifasi. Sikap bukan hanya rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra. *Ketiga*, sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. *Keempat*, sikap timbul dari pengalaman bukan dibawa sejak lahir.

d. Emosi

Emosi ialah reaksi terhadap situasi tertentu oleh tubuh, dimana pada hakikatnya emosi merupakan gambaran dari perasaan manusia saat menghadapi berbagai situasi dan kondisi yang berbeda,<sup>50</sup> yang disertai dengan gejala-gejala kesadaran, perilaku, dan proses fisiologis.

Ada empat (4) fungsi emosi, *pertama*, emosi untuk pembangkit energi. *kedua*, emosi dapat membawa informasi. Bagaimana keadaan pribadi kita dapat kita lihat dari emosi kita. Jika kita marah kita tahu kita sedang dihambat atau diserang orang lain. *Ketiga*, emosi dapat memberikan kesan penekanan informasi yang kita sampaikan. Orang yang berpidato dengan semangat (emosi yang kuat) akan lebih terkesan lebih hidup. *Keempat*, emosi adalah sumber informasi tentang keberhasilan kita. Kita dapat menikmati pandangan ketika kita sanggup merasakan dengan sepenuh hati (emosi).<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Alport, G.H, *Social Psychology*, (Boston: Houghton Mifflin, 1924), hlm 134

<sup>50</sup> [Pengertian Emosi, Macam-Macam Emosi, & Emosi Positif Negatif \(gramedia.com\)](#) diakses pada 9 September 2022

<sup>51</sup> Djalaludin Rahkmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), hlm 34.

e. Kepercayaan

Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis. Kepercayaan disini tidak ada hubungannya dengan yang gaib, tetapi hanyalah keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, atau intuisi. Dan juga kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan. Jadi kepercayaan dapat berupa rasional atau irasional.

f. Kebiasaan

Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan.

g. Kemauan

Kemauan erat sekali dengan tindakan. Yakni ia merupakan hasil dari keinginan untuk mencapai tujuan.

2. Faktor Situasional

Faktor situasional yang mempengaruhi manusia dipengaruhi beberapa faktor. Berikut adalah faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia<sup>52</sup>:

- Faktor ekologis: kondisi alam (geografis) dan iklim (temperature) dapat mempengaruhi manusia.
- Faktor Temporal: suasana emosi dan bentuk perilaku dipengaruhi oleh faktor temporal(waktu).
- Suasana Perilaku (*Behaviour Settings*): Pada tiap suasana terdapat pola hubungan yang kemudian mengatur perilaku orang-orang di dalamnya.

---

<sup>52</sup> [Faktor Situasional dalam Psikologi Komunikasi - DosenPsikologi.com](https://www.dosenpsikologi.com) Diakses pada 9 September 2022

- Teknologi: Jenis teknologi yang digunakan masyarakat dapat mempengaruhi pola-pola komunikasi baik itu pola pikir ataupun pola tindakan pada masyarakat
- Faktor-faktor Sosial: Ada tiga hal yang dibahas pada faktor ini, yakni system peran, struktur social dan juga karakteristik individu.
- Lingkungan psikososial: diartikan sebagai persepsi terhadap lingkungan.
- Stimuli yang mendorong serta juga memperteguh perilaku: Situasi yang permisif memungkinkan orang tersebut melakukan banyak hal tanpa harus kemudian merasa malu. Sebaliknya, situasi restriktif menghambat orang untuk kemudian berperilaku sekehendak hatinya.<sup>53</sup>

Dari penjelasan diatas, Jadi jelas bahwa perilaku dipengaruhi oleh faktor dalam diri maupun faktor lingkungan yang ada di sekitarnya. Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia baik yang diamati langsung, maupun yang dapat diamati oleh pihak luar.

## 6. Perilaku Menonton

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan, tidak hanya badan atau ucapan saja akan tetapi perilaku adalah cara bertindak yang menunjukkan tingkah laku seseorang. Rosengren dalam Cecilia melihat perilaku penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Masih dalam penelitian yang sama Lowery dan De Fleur menyebutkan tiga hal yang dapat dijadikan sebagai alat ukur perilaku menonton yaitu total waktu

---

<sup>53</sup> [Pengertian Perilaku, Bentuk, Jenis, Faktor Beserta Contoh \(pendidikan.co.id\)](http://pendidikan.co.id) Diakses pada 9 September 2022

menonton, frekuensi menonton, dan pilihan program acara yang ditonton. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku meliputi karakteristik individu meliputi berbagai variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat kepribadian, dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lain dan kemudian berinteraksi pula dengan faktor-faktor lingkungan dalam menentukan perilaku. Perilaku seseorang juga didorong oleh motif-motif untuk memenuhi kebutuhan.<sup>54</sup> Selain itu, selain waktu menonton, frekuensi menonton, dan pilihan program yang ditonton, terdapat juga perilaku lain seperti kebiasaan menonton serta tempat yang digunakan dalam menonton film.

Perilaku menonton didefinisikan juga sebagai aktivitas seseorang untuk bereaksi terhadap rangsangan atau stimulus melalui cara melihat pertunjukan, tayangan dengan media massa. Menurut Blumler dalam Little John menjelaskan bahwa perilaku seseorang ataupun audiens dalam menggunakan media massa disebut *ekspose media*. Terdapat lima indikator *ekspose media* atau perilaku menonton menurut Frank Biocca dalam “*Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory*”, tahun 1988 yaitu:

1. *Selectivity* (Kemampuan memilih) yaitu kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang akan di eksposnya.
2. *Intentionally* (Kesengajaan) yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuan dalam mengungkapkan tujuan-tujuan penggunaan media.
3. *Utilitarianism* (Pemanfaatan) yaitu kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media.
4. *Involvement* (Keterlibatan) yaitu keikutsertaan pikiran dan perasaan audiens dalam menggunakan media dan pesan media yan diukur melalui frekuensi maupun intensitas.
5. *Imprevious to influence* yaitu menekankan batasan yang diatur oleh

---

<sup>54</sup> Nadia Miranda, Perbandingan Motivasi Dan Perilaku Menonton Televisi Publik Dan Swasta, *Skripsi*, (Bogor: Institute Pertanian Bogor, 2010), hlm 43

audiens, sehingga audiens tetap “memegang kendali” untuk terpengaruh atau bahkan tidak sebagaimana yang ditentukan oleh pilihan pribadinya.<sup>55</sup>

### C. Teori *Uses and Gratification*

*Uses and gratifications theory* atau teori penggunaan dan kepuasan merupakan salah satu teori yang populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu satu dengan yang lainnya.

Teori *Uses and Gratifications* (Kebutuhan dan Kepuasan) pada awalnya muncul karena adanya kritikan terhadap teori Bullet yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1930-an. Sebelumnya, teori bullet menyatakan bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak pasif yang mudah dipengaruhi oleh media. Oleh karena itu muncullah teori ini yang menyatakan jika khalayak media dipandang sebagai khalayak aktif dimana mereka menggunakan media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Teori ini menjadikan komunikan (khalayak media) sebagai fokus utamanya bukan komunikator (media). Akan tetapi dalam karya tulisnya yang diterbitkan pada awal tahun 1970-an, Schramm pada akhirnya meminta kepada para peminatnya agar teori bullet tersebut dianggap tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif.<sup>56</sup>

*Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodemik. *Uses and Gratifications* ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna (*Uses*) media untuk mendapatkan

---

<sup>55</sup> Anna Rifa Nabila, Mohamad Syahriar Sugandi, Pengaruh Perilaku Menonton Tayangan Kekerasan Terhadap Agresivitas Penonton Remaja (Studi Eksplanatif Menonton Tayangan Kekerasan dalam Film “Joker” Terhadap Agresivitas Penonton Remaja di DKI Jakarta), *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 10, No. 2, (Jakarta: Universitas Telkom, 2020), hlm 79

<sup>56</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 1

kepuasan (*Gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.<sup>57</sup>

*Uses and Gratifications Theory* mencoba memahami fakta bahwa orang mengonsumsi berbagai pesan media yang menarik untuk berbagai alasan dan efek dari sebuah pesan yang diberikan tidak mungkin sama untuk semua orang. Dengan memahami kebutuhan khusus dari konsumen media, alasan mengonsumsi menjadi jelas.<sup>58</sup>

Teori *uses and gratifications* pertama kali digunakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959, sebagai reaksi yang menolak tuduhan Bernard Berelson bahwa bidang komunikasi tampaknya telah mati. Katz menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian di bidang komunikasi pada waktu itu meneliti tentang dampak kampanye terhadap penonton. Menurutnya, penelitian sebelumnya bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan “Apakah yang dilakukan media terhadap masyarakat?” namun persoalan mengenai “Apakah yang dilakukan masyarakat terhadap media massa” belum mampu terjawab. Menurut beliau, penelitian Berelson di tahun 1954 mengenai “Apakah dampak dari ketiadaan surat kabar?” menunjukkan bidang ini masih berpotensi.

Menurut Katz, konsep dasar pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diteliti adalah:

1. Sumber social dan psikologi
2. Keperluan
3. Harapan-harapan
4. Media massa atau sumber laun
5. Pola penggunaan media yang berbeda
6. Pemuasan keperluan
7. Akibat-akibat lain yang mungkin tidak terduga

Selanjutnya Blumler dan Katz mengatakan bahwa pengguna media

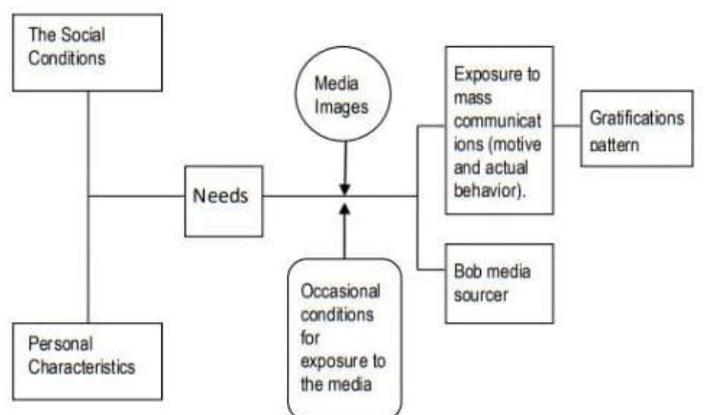
---

<sup>57</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 73-74

<sup>58</sup> Darsun Hidayat, dkk, *Teori Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 94

memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media massa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Pengaruh dalam bentuk perilaku atau berkenaan dengan pemilihan tontonan yang dilakukan para audiens.<sup>59</sup>

Takeuchi yang merupakan seorang guru besar di Universitas Tokyo yang juga merupakan direktur *Institute Of Journalism and Communications Studies* memodifikasi paradigma *uses and gratifications* yang telah diajukan sebelumnya. Model yang diajukan oleh Takeuchi di muat dalam Jurnal “*Studies of Broadcasting*” terbitan tahun 1986. Model tersebut menjelaskan mengenai paradigma *uses and gratifications* yang berbunyi : “*What kind of people in which means of communication and how,*” yang diterjemahkan sebagai berikut: “Jenis khalayak mana dalam keadaan bagaimana dipuaskan oleh kebutuhan apa dari sarana komunikasi mana dan bagaimana”.<sup>60</sup>



<sup>59</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 3-4

<sup>60</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 3-4

Bagan 1. Skema aplikasi paradig *uses and gratifications* menurut Takeuchi

Pada skema yang diajukan oleh Takeuchi tersebut dijelaskan bahwa unsur-unsur yang harus dihayati secara perspektif adalah ciri-ciri pribadi khalayak, kondisi sosial khalayak, kebutuhan khalayak, motivasi dan perilaku khalayak menanggapi terpaan dari media serta pola kebutuhan. Namun, pada akhirnya semua faktor dilihat sebagai faktor yang menerangkan pola kebutuhan. Selain itu tekanan-tekanan kondisional seperti peristiwa politik dan sosial yang terjadi disekitar khalayak dapat menimbulkan kebutuhan pada khalayak yang memiliki ciri-ciri pribadi yang berbeda antara satu dengan lainnya serta citra media yang berbeda pula. Hal ini tergantung kepada kebutuhan khalayak.<sup>61</sup>

Didalam teori *uses and gratifications* khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut teori ini, individu sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Media hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Selanjutnya, teori *uses and gratifications* juga memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tertentu. Motif merupakan sekumpulan kepentingan dari individu, oleh karena itu mereka menggunakan media massa untuk memebuhi mepentingan mereka. *Uses and Garatifications* mengasumsikan khalayak sebagai individu yang “pintar” di mana mereka hanya mengkonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Teori ini melihat ”bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak” bukan “bagaimana dan seberapa besar suatu media dapat mempengaruhi khalayak,<sup>62</sup> dan juga dalam kasus perkembangan dari media tradisional ke media baru *Uses and Gratifications*

---

<sup>61</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 9-11

<sup>62</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 1-2

sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat .<sup>63</sup>

Teori *uses and gratifications* merupakan teori dalam komunikasi massa yang cukup populer, namun sama dengan teori lainnya, teori ini memiliki keunggulan dan kelemahan atau kritikan. Menurut Baran dan Denis, *teori uses and gratifications* memiliki beberapa keunggulan, berikut diantaranya yaitu:

1. Memfokuskan perhatian pada individu dalam melihat proses komunikasi massa;
2. Respek pada kemampuan intelektual dari pengguna media;
3. Menyediakan analisis yang mencerahkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan isi media;
4. Membedakan antara pengguna aktif dengan pengguna pasif;
5. Mempelajari media sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari;
6. Menyediakan wawasan yang berguna dalam proses adopsi terhadap media baru.

Adapun menurut Katz, tujuan orang menggunakan media, antara lain<sup>64</sup>:

- a) Menggunakan media untuk tujuan tertentu
- b) Berusaha memenuhi kebutuhan
- c) Media bersaing untuk mendapatkan perhatian
- d) Seseorang dapat melaporkan penggunaan dan motivasi media dengan akurat

Selain itu, Werner dan James menyatakan bahwa teori ini memiliki kelebihan dalam penelitiannya, antara lain :

1. Audiens dipandang bersikap aktif, artinya peranan penting manfaat

---

<sup>63</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 53

<sup>64</sup> Darsun Hidayat, dkk, *Teori Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 94

media massa diasumsikan berorientasi pada sasaran;

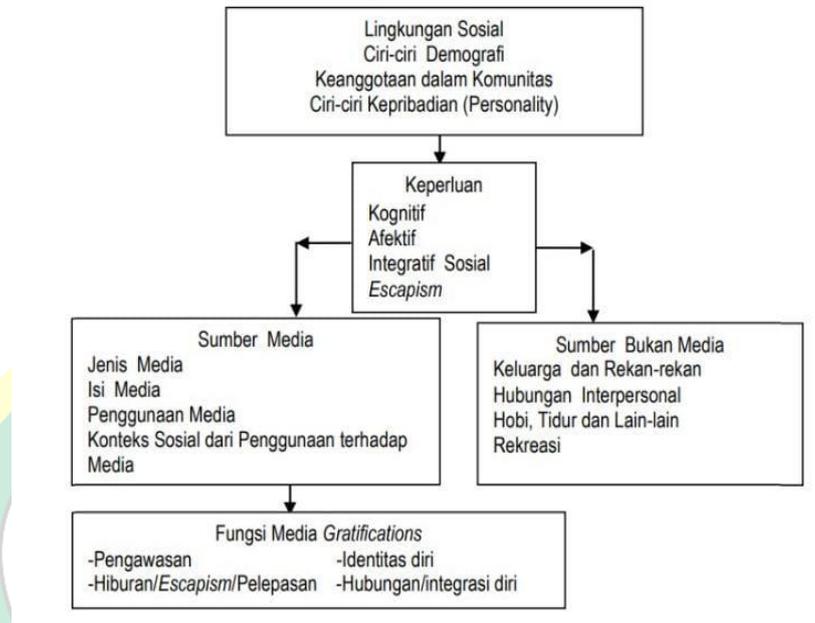
2. Dalam proses komunikasi massa, banyak inisiatif pengaitan antar gratifikasi kebutuhan dan pilihan media yang terletak pada audiens;
3. Media bersaing dengan sumber-sumber pemenuhan kebutuhan yang lain.
4. Pengalihan pelarian dari rutinitas dan masalah; pelampiasan emosi.
5. Hubungan personal, manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan;
6. Identitas pribadi atau psikologi individu-penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas dan sebagainya;
7. Pengawasan-informasi mengenai hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu.

Dari beberapa pendapat sebelumnya tentang keunggulan dari teori *uses and gratifications* dapat dikatakan bahwa pada dasarnya teori ini memiliki dua keunggulan yaitu, pertama teori ini tepat untuk diaplikasikan pada penelitian yang memfokuskan kepada individu atau khalayak audiens dalam konsumsi media pada zaman sekarang, dimana khalayak dianggap aktif sehingga manfaat media berorientasi kepada kebutuhan dari audiens. Untuk saat sekarang manusia sudah berkembang baik dalam hal sosial, teknologi dan pendidikan, sehingga individu telah dianggap pintar dalam menentukan pilihan termasuk media.<sup>65</sup> Dalam penelitian ini model dari teori *Uses and gratifications* yang digunakan yakni model teori Katz, dkk, dimana pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diajukan menjelaskan bahwa keadaan social dan psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan bagi media massa atau sumber lain, sehingga terjadi perbedaan pola penggunaan media (atau terlibat dalam aktivitas lain) yang pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan terhadap kebutuhan, dan konsekuensinya, termasuk

---

<sup>65</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 54-56

konsekuensi yang tidak diinginkan sebelumnya.



Bagan 2. Model Pendekatan Katz dkk

Model ini digunakan untuk menjelaskan fenomena dan menyederhanakan teori, berawal dengan kondisi di sekitar yang meliputi ciri-ciri demografi seperti umur, bangsa, jenis kelamin, afiliasi kumpulan dan ciri-ciri pribadi. Katz et.al dalam penelitiannya di Israel mendapati bahwa keperluan yang berkaitan dengan media terkait erat dengan umur dan taraf pendidikan. McQuail et, al menyatakan bahwa keperluan untuk pelepasan (*escapism*) mencirikan bahwa individu itu mempunyai penyesuaian pribadi yang lemah (*low personal adjustment*) dan harga diri yang rendah. Menurut Katz et.al keperluan – keperluan khalayak dikategorikan sebagai<sup>66</sup> :

#### 1. Keperluan Kognitif

Keperluan yang terlibat untuk memperkukuh informasi, pengetahuan dan pemahaman sekitar. Keperluan ini berasaskan kepada keinginan untuk memahami dan menguasai persekitaran serta memuaskan atau untuk

<sup>66</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 22-24

memenuhi perasaan ingin tahu.

2. Keperluan Afektif

Keperluan yang berkaitan dengan estetika, keindahan dan pengalaman emosi. Keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipenuhi melalui media.

3. Keperluan Integratif

Individu Integratif individu adalah yang berkaitan dengan pengukuhan kredibilitas, keyakinan, stabilitas dan status individu. Ini bermula dari keinginan individu untuk mencapai self-esteem.

4. Keperluan Integratif Sosial

Keperluan yang berkaitan dengan pengukuhan hubungan dengan keluarga, kawan dan dunia sekitar. Ini berasaskan kepada keinginan seseorang itu untuk berafiliasi dengan kawan - kawan.

5. Keperluan Pelepasan (*Escapism*)

Keperluan yang berkaitan untuk menghilangkan atau mengurangkan tekanan dan keinginan untuk mengelak dari masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang tidak menyenangkan.

Terdapat dua sumber yang dapat memenuhi keperluan-keperluan khalayak yaitu sumber bukan media dan media massa. Sumber bukan media ialah seperti keluarga, rekan-rekan, hubungan antar pribadi, melibatkan diri dengan hobi-hobi tertentu ataupun tidur bahkan dengan berbagai cara yang lain. Sedangkan sumber yang kedua adalah media massa. Terdapat beberapa variabel penggunaan media atau kombinasi variable tersebut yang membawa kepuasan media. Menurut Katz, variabel yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:

1. Isi media seperti berita, drama, soap opera, cerita-cerita dan berbagai bentuk lainnya;
2. Jenis media seperti surat kabar, radio, televisi dan film.
3. Konteks Sosial terhadap terpaan media seperti penggunaan media di rumah atau bioskop, seorang diri atau secara berkelompok.

Keperluan-keperluan khalayak ini dipenuhi oleh fungsi media. Lasswell telah memberikan tiga kategori fungsi media : Pertama, media memberikan informasi mengenai alam sekeliling kita atau dikenali sebagai pengawasan. Kedua, hubungan antara bagianbagian dalam masyarakat sebagai reaksi terhadap sekeliling dan ketiga adalah kelangsungan warisan dari satu generasi kepada satu generasi yang lain. Wright telah menambah satu fungsi lagi yaitu fungsi hiburan. Fungsi-fungsi media ini dianggap telah memenuhi keperluan-keperluan khalayak. Keperluan kognitif dapat dicapai atau dipenuhi oleh fungsi pengawasan. Keperluan afektif dan pelepasan dapat dipenuhi oleh pengalihan dan fungsi hiburan. Keperluan integratif personal dipenuhi oleh fungsi identitas diri, dan keperluan integratif sosial dipenuhi oleh fungsi hubungan sosial.<sup>67</sup>

Dalam hal ini bahwa teori *uses and gratifications* menyatakan bahwa individu tidak hanya mengidentifikasi media tertentu yang dia inginkan namun juga mampu menentukan kegunaan yang didapatkan dan menentukan nilai personal dari tiap kegunaan tersebut.

#### **D. Film Online**

##### **1. Film**

Film atau cinema, berasal dari kata *cinematographie*. Cinema berarti gerak, tho atau phytos berarti cahaya serta graphie atau grhap berarti gambar atau tulisan.<sup>68</sup> Selain itu, dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) film diartikan sebagai selaput tipis yang terbuat dari seluloid sebagai tempat gambar negative atau tempat gambar positif yang dimainkan dalam bioskop.<sup>69</sup>

Dalam UU Nomer 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman, film dimaknai sebagai sebuah karya seni budaya yang merupakan suatu pranata social dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan atas kaidah

---

<sup>67</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 24-25

<sup>68</sup> [Pengertian Film - Sejarah, Fungsi, Jenis, Unsur dan Contoh Genre - Jagad.id](#) Diakses pada 10 September 2022

<sup>69</sup> [Arti kata film - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#) Diakses pada 11 September 2022

sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.<sup>70</sup> Beberapa ahli turut memberikan definisi film itu sendiri diantaranya yakni Effendy, memaknai film sebagai hasil budaya serta alat guna mengekspresikan kesenian. Effendy juga berpendapat bahwa film adalah komunikasi massa yakni gabungan banyak teknologi seperti rekaman suara dan fotografo, kesenian baik itu seni rupa dan seni teater sastra serta arsitektur dan seni music. Selain Effendy, Michael Rabiger juga berpendapat jika film memiliki sifat menghibur serta menarik sehingga bisa membuat penonton berpikir lebih dalam.<sup>71</sup>

Gambar bergerak (film) yakni bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia.<sup>72</sup> Film merupakan media komunikasi massa yang sesungguhnya dalam artian bahwa film mampu menjangkau populasi dalam jumlah besar dengan cepat, bahkan di pedesaan. Sebagai media komunikasi massa, film merupakan bagian dari respon terhadap penemuan waktu luang, waktu libur dari kerja dan sebuah jawaban atas tuntutan untuk cara menghabiskan waktu luang keluarga yang bersifat terjangkau dan biasanya (terhormat).<sup>73</sup>

Film sebagai bentuk komunikasi massa, film dimaknai sebagai pesan yang disampaikan dalam komunikasi audio visual yang memahami hakikat, fungsi dan efeknya. Sedangkan dalam praktik sosial, film dilihat tidak sekedar sebagai ekspresi seni pembuatnya, tetapi interaksi antar elemen-elemen pendukung, proses produksi, bahkan lebih jauh dari itu, interaksi antara film dengan ideologi serta kebudayaan dimana film diproduksi dan dikonsumsi menjadi penting ketika membahas dunia perfilman.<sup>74</sup> Pesan film sebagai media komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup

---

<sup>70</sup> [Pengertian Film Menurut Para Ahli adalah | Dilihatya](#) Diakses pada 11 September 2022

<sup>71</sup> [Pengertian Film - Sejarah, Fungsi, Jenis, Unsur dan Contoh Genre - Jagad.id](#) Diakses pada 11 September 2022

<sup>72</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 148

<sup>73</sup> Dennis Mc Quail , Teori Komunikasi Massa. (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm 35

<sup>74</sup> Khomsahrial Romli, KOMUNIKASI MASSA. (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm 97-98

berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.<sup>75</sup>

Film tentunya bukan sesuatu yang asing lagi dalam kehidupan kita sehari-hari, dimana media ini menjadi hiburan sekaligus seni dalam masyarakat. Film juga menjadi bagian dari budaya dan sejarah yang diwariskan secara turun-temurun dan menjadi kekayaan suatu bangsa.

Awal adanya film, bentuk film merupakan sangat sederhana, dimana awal film dimulai dengan film bisu atau tanpa adanya suara, terbatas dan juga dengan durasi yang singkat. Bermula pembuatan dan pembentukan film itu sendiri tidak lepas dari fotografi dengan konsep bergerak yang ditemukan oleh Eadweard Muybridge, yang kemudian dikembangkan oleh ilmuwan Thomas Alfa Edison, yang memungkinkan kamera bisa merekam gerakan sebagai objek bergerak, bukan dengan bentuk frame. Sejak saat itu, perkembangan dan teknologi dalam fotografi dan dunia perfilman pun dimulai dengan munculnya konsep sinematografi. Film pertama yang diputar di dunia merupakan film dokumenter yang berjudul *Workers Leaving the Lumiere's Factory* yang dibuat oleh Lumiere bersaudara. Film ini memang masih sangat sederhana tanpa adanya alur yang jelas dan dukungan audio, namun hari penayangan film ini yaitu tanggal 28 Desember 1895 dijadikan hari kelahiran sinematografi internasional.<sup>76</sup>

Dengan kata lain, film atau *motion pictures* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Di Amerika Serikat sendiri, film pertama yang diperkenalkan dipublik yakni *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S. Porter tahun 1903. Menariknya, film *The Great Train Robbery* yang masa putarnya hanya 11 menit dianggap sebagai film cerita pertama,

---

<sup>75</sup> [FILM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA ~ librarian.id](#) Diakses pada 11 September 2022

<sup>76</sup> [Sejarah Perfilman Indonesia dan Perkembangannya - PakarKomunikasi.com](#) Diakses pada 11 September 2022

karena telah menggambarkan situasi secara ekspresif, dan menjadi peletak dasar teknik editing yang baik.<sup>77</sup>

Inovasi pencahayaan, *editing*, dan penceritaan terus berlanjut pada era film bisu tersebut. Dua film bisu klasik diluncurkan pada tahun 1922 dengan judul *Nosferatu* yang disutradarai oleh F.W. Murnau. Dan ditahun yang sama, film *Nanook of the North* yang merupakan pencetus film dokumentar pertama. Kondisi film ditahun itu masih dengan film bisu, hingga tahun 1927, film bersuara muncul dengan judul *The Jazz Singer*.<sup>78</sup>

Selain sejarah perfilman secara global, menengok perkembangan perfilman di tanah air dapat dikualifikasikan menjadi beberapa era yang menandai perkembangan film dari masa ke masa.<sup>79</sup> Definisi dari film Indonesia itu sendiri dirangkum oleh Badan Perfilman Indonesia sebagai kumpulan berbagai film yang diciptakan dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada di Indonesia secara keseluruhan sebagai kekayaan intelektual yang dimiliki Warga Negara Indonesia dalam pengawasan Badan Hukum Indonesia.<sup>80</sup>

## 2. Jenis Film

Sebuah film memiliki karakteristik tersendiri sesuai dengan jenis film tersebut. Film dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis film, diantaranya<sup>81</sup>:

### a. Film Cerita

Film cerita (*Story film*), adalah film yang mengandung suatu cerita. Cerita yang diangkat menjadi topic film bisa berupa cerita fiksi maupun nyata yang telah dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik

---

<sup>77</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 143-144

<sup>78</sup> Basuki Agus Suparno, dkk, Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan, (Surakarta: UNS Press, 2016), hlm 18-19

<sup>79</sup> [Sejarah Perfilman Indonesia dan Perkembangannya - PakarKomunikasi.com](http://PakarKomunikasi.com) Diakses pada 11 September 2022

<sup>80</sup> [Sejarah Perfilman Indonesia Terlengkap - HaloEdukasi.com](http://HaloEdukasi.com) Diakses pada 11 September 2022

<sup>81</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 148

di dalamnya. Sejarah dapat diangkat menjadi film cerita yang mengandung informasi akurat, sekaligus menjadi contoh teladan perjuangan pahlawan.

b. Film Berita

Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Dalam hal ini hal terpenting ialah peristiwanya harus terekam secara utuh.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter atau *documentary film* didefinisikan Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan” (*creative treatment of actuality*). Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.<sup>82</sup>

d. Film Kartun

Film Kartun (*cartoon film*) merupakan film yang menghidupkan gambar-gambar yang telah dilukis. Terdapat tokoh dalam film kartun. Dalam pembuatan film kartun yang terpenting ialah lukis.

Beberapa jenis film diatas merupakan perkembangan yang luar biasa dalam seni drama yang memasuki dunia perfilman yang semakin mengalami kemajuan. Film memiliki kemajuan secara teknis, tetapi film tidak hanya mekanis saja. Ada jiwa dan nuansa di dalamnya yang menghidupkan oleh alur cerita dan skenario yang memikat. Sehingga penonton penasaran oleh film tersebut.<sup>83</sup>

### 3. Genre Film

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, genre merupakan jenis, tipe, atau

---

<sup>82</sup> Elvinaro Ardianto, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 148-149.

<sup>83</sup> Khomsahrial Romli, KOMUNIKASI MASSA. (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm 97-98

kelompok sastra atas dasar bentuknya.<sup>84</sup> Genre ialah sebutan untuk membedakan berbagai jenis dari film. Film bisa bersifat fiksi atau dibuat buat atau kisah nyata atau campuran dari keduanya. Meski ada begitu banyak film yang dibuat setiap tahun, akan tetapi hanya ada beberapa film yang hanya memakai satu genre dan umumnya menggabungkan 2 genre atau bahkan lebih. Berikut adalah beberapa genre dari film selengkapnya<sup>85</sup>:

- Aksi: Film yang menampilkan efek serta adegan yang mendebarkan.
- Petualangan: Genre film petualangan umumnya akan menceritakan tokoh utama yang melakukan perjalanan untuk menyelamatkan orang terdekat atau dunia.
- Animasi: Animasi merupakan genre film yang memakai karakter kartun sebagai tokoh utamanya. Gambar harus terlebih dahulu digambar dengan tangan, namun sekarang lebih banyak dilakukan menggunakan komputer.
- Persahabatan: Genre film persahabatan melibatkan dua tokoh dimana keduanya berteman. Film persahabatan terkadang juga dikombinasikan dengan komedi dan ada juga yang dibumbui dengan emosi akibat persahabatan yang terjalin diantara kedua tokoh tersebut.
- Komedi: Genre film komedi merupakan film yang lucu sehingga membuat penontonnya tertawa.
- Dokumenter: Genre film dokumenter adalah film mengenai kehidupan nyata yang dialami seseorang serta kejadian nyata.
- Drama: Genre film drama merupakan film yang serius dan terkadang menceritakan orang yang sedang jatuh cinta dan harus membuat keputusan yang besar di dalam hidup. Genre tersebut menceritakan tentang hubungan di antara manusia dan umumnya akan mengikuti alur dasar dimana satu atau dua karakter harus bisa mengatasi rintangan agar bisa mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

---

<sup>84</sup> [Arti kata genre - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#) diakses pada 12 September 2022

<sup>85</sup> [Pengertian Film - Sejarah, Fungsi, Jenis, Unsur dan Contoh Genre - Jagad.id](#) Diakses pada 12 September 2022

- Tragedi: Film dengan genre tragedi merupakan film yang hampir sama dengan drama yakni tentang orang yang mempunyai masalah. Emosi atau perasaan menjadi bagian yang paling besar dari genre film ini.
- Film noir: Ini merupakan film drama detektif era 1940-an mengenai kekerasan dan kriminal.
- Keluarga: genre yang dibuat untuk seluruh keluarga. Genre keluarga ini umumnya dibuat untuk anak-anak namun juga bisa menghibur orang dewasa.
- Horor: Ini adalah genre yang memakai ketakutan sebagai daya tarik untuk penonton. Pencahayaan, musik serta latar akan ditambahkan untuk memberi pengalaman serta sensasi.
- Romantis: Umumnya menceritakan tentang dua orang dari dunia berbeda yang harus melewati rintangan bersama-sama.
- Fiksi sains: Memiliki latar masa depan atau luar angkasa dan umumnya menceritakan dunia fiksi berimajinasi mengenai makhluk luar angkasa atau robot.
- Thriller: Umumnya tentang kejadian aneh, misteri atau kriminal yang harus dipecahkan. Penonton dituntut untuk menebak-nebak hingga akhir film dan umumnya ada akhir yang mengejutkan atau twist.
- Western: Menceritakan mengenai koboi di barat dan umumnya melibatkan suku Indian

#### 4. Film Online

Film merupakan sebuah potret cerita kehidupan yang digambarkan oleh sebuah objek yang dimainkan di bioskop atau televisi. Selain itu, film juga disebut sebagai karya cipta seni dan budaya yang merupakan salah satu media komunikasi massa audio visual yang dibuat berdasarkan asas sinematografi, yang memiliki berbagai macam bentuk, jenis dan lainnya, yang dapat diproduksi dengan atau tanpa menggunakan suara yang ditayangkan dengan system proyeksi mekanik, elektronik, dan lainnya.

Pada awalnya film memang dibuat dengan bentuk pita film, tetapi seiring berkembangnya waktu era film digital pun mulai bermunculan menggeser bentuk pita.<sup>86</sup>

Menurut Merriam-Webster, online berarti “terhubung ke-, dilayani oleh, atau tersedia melalui sistem dan terutama komputer atau sistem telekomunikasi (seperti internet)”. Dalam bahasa Indonesia, online diterjemahkan menjadi daring, yang merupakan singkatan dari “dalam jaringan”.<sup>87</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring memiliki arti “dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya”. Dedik Kurniawan, juga berpendapat bahwa online merupakan suatu kegiatan yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan berbagai kegiatan yang bisa dilakukan secara online seperti halnya untuk searching, menonton film, mencari berita, stalking, bisnis, dan lain-lain.<sup>88</sup>

Film online sendiri merupakan sebuah *cinematographie* atau gambar bergerak yang diakses atau ditonton secara daring, serta terhubung melalui jejaring internet atau juga *Video On Demand (VOD)* didefinisikan sebagai *system* yang memungkinkan pengguna untuk dapat memilih dan menonton film yang ingin diakses dari penyedia layanan di internet sebagai bagian dari system interaktif.

Untuk berbicara tentang film, maka kita tidak bisa melepaskannya dari bioskop. Perkembangan bioskop sampai saat ini diakui tidak lepas dari peranan infrastruktur yang semakin membaik dan teknologi yang semakin canggih. Adapun era digital merupakan era yang menggambarkan realitas melalui sebuah film dalam bentuk digital dengan format tinggi, high definition video. Secara harfiah, perbedaan antara analog dan digital sangatlah rumit. Jika analog dikaitkan dengan kuantitas fisik yang dapat dimainkan dan diubah menggunakan sebuah mesin yang mengonversi

---

<sup>86</sup> [Pengertian Film Menurut Para Ahli adalah | Dilihatya](#) Diakses pada 12 September 2022

<sup>87</sup> [Pengertian Online atau Daring » Romeltea Online](#) Diakses pada 12 September 2022

<sup>88</sup> [Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli \(temukanpengertian.com\)](#) Diakses pada 12 September 2022

rekaman tersebut dan dari rangkaian gambar dan suara melalui proses digitisasi. Sedangkan media digital tidak merekam sebuah representasi langsung dari serangkaian proses, tetapi ia merepresentasikan proses sebagai informasi atau data yang diproses dan diciptakan melalui komputer. Sementara Brooker menyebutkan, semua perilaku kita di kehidupan sehari-hari juga bergeser, yaitu secara signifikan adanya perubahan dari analog ke antar muka digital.<sup>89</sup>

Secara sederhana, film yang dahulunya diperlakukan sebagai barang fisik yang hanya dapat ditayangkan melalui proyektor dan layar besar pada sebuah bioskop, sekarang film telah terdigitalisasi dan semua proses (pembuatan, editing, rendering, dan produksi) menggunakan komputer. Teknologi memberikan keleluasaan bagi penonton dan menghadirkan sebuah kemudahan akses, yaitu mereka tidak perlu lagi pergi ke bioskop untuk menonton sebuah film, tetapi mereka dapat menontonnya menggunakan alat pemutar digital seperti mesin pembaca DVD, laptop, komputer, atau bahkan melalui smartphone. Menurut Wibowo, pembahasan film di era digital ini menjadi pijakan penting dalam memahami posisi film yang sekarang ini sifatnya sangat cair (*seamless*), karena teknologi digital mempermudah konten (berbentuk digital) untuk direproduksi dan didistribusikan.<sup>90</sup> Karena seperti yang diketahui dari laporan terbaru dari agensi *marketing We Are Social* mengungkapkan jika lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah aktif/melek menggunakan media social pada bulan Januari 2022. Dalam survei tersebut menyebutkan pengguna internet dihitung dari tahun 2012 hingga tahun 2022 terus mengalami peningkatan. Hal ini didukung oleh data dari APJII yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal 2022 mencapai 210,03 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 6,78% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya sebesar 196,7 juta jiwa. Hal itu pun membuat

---

<sup>89</sup> Tangguh Okta Wibowo, Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, (Yogyakarta: UGM, 2018), hlm 193

<sup>90</sup> Tangguh Okta Wibowo, Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, (Yogyakarta: UGM, 2018), hlm 193-194.

tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%.<sup>91</sup> Dimana umumnya pengguna internet didominasi oleh generasi milenial (rentan umur 19-34 tahun) sebanyak 49,52%. Sedangkan aktivitas pengguna internet untuk mengunduh maupun menonton film menduduki posisi ketiga terbanyak sebesar 45,3%.<sup>92</sup>

Salah satu alasan terjadinya lonjakan tersebut yakni adanya pandemi tahun 2020 lalu yang terjadi di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. Pola hidup masyarakat pun berubah dengan adanya kebijakan-kebijakan yang ada seperti bekerja, belajar, hingga mencari hiburan. Salah satu hiburan yang kian diminati contohnya dengan menonton film pada platform film online (*Video On Demand*) yang dapat diakses melalui jaringan internet di *smarthphone*, laptop dan lainnya.

Membahas mengenai film online, diartikan sebagai film atau gambar bergerak yang dapat diakses secara online melalui website atau platform yang menyediakan layanan menonton film, contohnya dapat diakses melalui platform film online yang tersedia dan memiliki izin atau legal di Indonesia. Platform film online atau lebih dikenal sebagai *video on demand*, berasal dari penggabungan kata antara *video* dan *on demand*, dimana *video* merupakan salah satu elemen dalam multimedia dan di dalamnya terdapat dua atau lebih komponen pembentuk, terutama gambar yang bergerak dan suara. Secara harfiah, *On Demand* berarti "sesuai permintaan".

Dalam hal ini On-Demand merujuk pada suatu pelayanan dimana user pengguna dapat mengakses dan menentukan sendiri atau me-request layanan apa yang diinginkannya. Untuk itu diperlukan suatu sistem dan jaringan yang dapat menjembatani pelayanan tersebut. Dari penjelasan tersebut, *Video On Demand* adalah suatu sistem yang mengijinkan para user untuk memilih dan menonton materi video atau klip melalui jaringan

---

<sup>91</sup> [APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id)

Diakses pada 13 September 2022

<sup>92</sup> Anis Hamidati, Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), hlm 13

sebagai bagian dari interactive system sistem interaktif. Sistem Video On Demand dapat berjalan dengan dua cara. Cara pertama adalah dengan mendownload terlebih dahulu materi videonya untuk kemudian ditonton tanpa terikat waktu. Sedangkan cara kedua adalah dengan streaming, yaitu teknologi dimana user dapat menonton video secara real time.<sup>93</sup> Pertama kali munculnya VOD komersial yakni tahun 1990 di Hongkong. Hal ini teru dikembangkan, hingga akhirnya UK, meluncurkan VOD pertama kali pada tahun 1998, dengan nama Kingston dan terus berkembang pesat di daerah Eropa. Hingga tahun 2006, berdasarkan *European Audiovisual Observatory*, tercatat ada 142 VOD berbayar yang beroperasi di Eropa. Pada Januari 2000 di Amerika sendiri, VOD berawal dari Hawaii oleh Oceanic Cable dan menyebar dengan cepat di Amerika sehingga dapat menikmati VOD. Selain menyebar di Amerika VOD juga cepat menyebar di Asia Tenggara salah satunya di Indonesia.

Di Indonesia sendiri dengan kehadiran layanan VOD berbasis aplikasi ini jelas telah membawa pengaruh pada industry hiburan, khususnya perfilman. Dalam dunia hiburan, termasuk perfilman. Di Indonesia, platform sirkulasi dengan beragam model bisnis berbasis Video on Demand (VoD) telah hadir menggantikan penjualan dan penyewaan DVD/Bluray atau melengkapi siaran TV konvensional. Model berbasis VoD tersebut terus mengalami perkembangan dengan munculnya berbagai jenis turunannya, seperti Transactional Video On Demand (TVoD), Ad-based Video On Demand (AVoD), dan Subscription Video On Demand (SVoD). Untuk SVOD saja pada 2020, sedikitnya ada delapan penyedia platform yang hadir dan legal di Indonesia, antara lain iFlix, Netflix, Vidio, GoPlay, Genflix, CatchPlay, Viu, dan Disney+ Hotstar. Kehadiran layanan konten internet over the top (OTT) berbasis aplikasi tersebut telah membawa banyak pengaruh pada industri hiburan, khususnya perfilman dunia dan Indonesia.<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> [Pengertian Video On Demand \(123dok.com\)](https://123dok.com) Diakses pada 14 September 2022

<sup>94</sup> [OSF Preprints | Sirkulasi film platform streaming di Indonesia](https://osfpreprints.org/) Diakses pada 13 September



Gambar 4. Data Aplikasi VOD paling banyak di download di playstore

Sumber: @wonderview.id

Menjamurnya layanan *streaming film* pada VOD menjadi solusi dalam pilihan mencari hiburan bagi khalayak. Hal ini didukung dengan adanya riset pertumbuhan *platform streaming online* di Asia Tenggara yang diperoleh dari hasil riset “*Southeast Asia Online Video Consumer Insight & Analytic: A Definitive Study*” oleh Media Partner Asia. Dengan data yang didapat, memberikan point yang didapat sebagai berikut<sup>95</sup> yang dihitung menggunakan 6 penyedia layanan streaming film terbaik (Disney+, Netflix, Viu, WeTv, Video, dan Iqyi);

- Peningkatan Subscriber Platform Streaming, dimana negara-negara di Asia Tenggara berhasil menyumbang 5 juta subscribers baru
- Waktu tonton platform streaming mencapai 114 juta/menit
- Popularitas media streaming di Indonesia (Instagram masing

masing media streaming)

- Harga Berlangganan (Web masing-masing media streaming)

Bagi masyarakat Indonesia yang memperhatikan biaya dan harga yang harus dikeluarkan dalam pola konsumsinya, biaya transportasi atau makanan yang harus dikeluarkan saat pergi ke bioskop untuk menikmati film akan menjadi pertimbangan. Pertimbangan tersebut akan dibandingkan dengan kemudahan layanan VoD, mulai dari kepraktisan, jumlah uang yang harus dikeluarkan, hingga tren gaya hidup yang berubah, kehadiran layanan VoD sedikit dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia.<sup>96</sup> Hal ini didukung dengan adanya data dari hasil survei *DailySocial* yang bekerja sama dengan JakPat (Jajak Pendapat) yang merupakan aplikasi yang melayani survey mengungkapkan sebagian besar responden(70%) dari 1037 menyadari benefit layanan VoD yang mereka dapatkan dari hasil berlangganan paket data seluler ataupun pemasangan layanan tv kabel atau sejenisnya. Dari situ mereka memutuskan untuk memanfaatkan layanan tersebut. Dan keberadaan model VoD ternyata cukup mempengaruhi kebiasaan responden dalam menyaksikan konten video.<sup>97</sup>

Kehadiran *platform streaming* film di Indonesia, yang kini ada lebih dari 14 penyedia aplikasi nonton film yang hadir dan legal, antara lain HOOQ, *iFlix*, *Netflix*, *Yidio*, *Genflix*, *Viu*, dan *Disney+Hotstar*, *WeTV*, *MAXstream*, *Klik Film*, *Genflix 2.0* dan lainnya<sup>98</sup> menjadi sebuah pilihan hiburan bagi para penonton baik sebelum adanya pandemi dan setelahnya, yang ingin menonton film secara dengan bebas memilih judul film yang selalu diperbaharui. Beragam film yang ditawarkan berasal dari mancanegara maupun lokal. Sederhananya, pengguna yang ingin

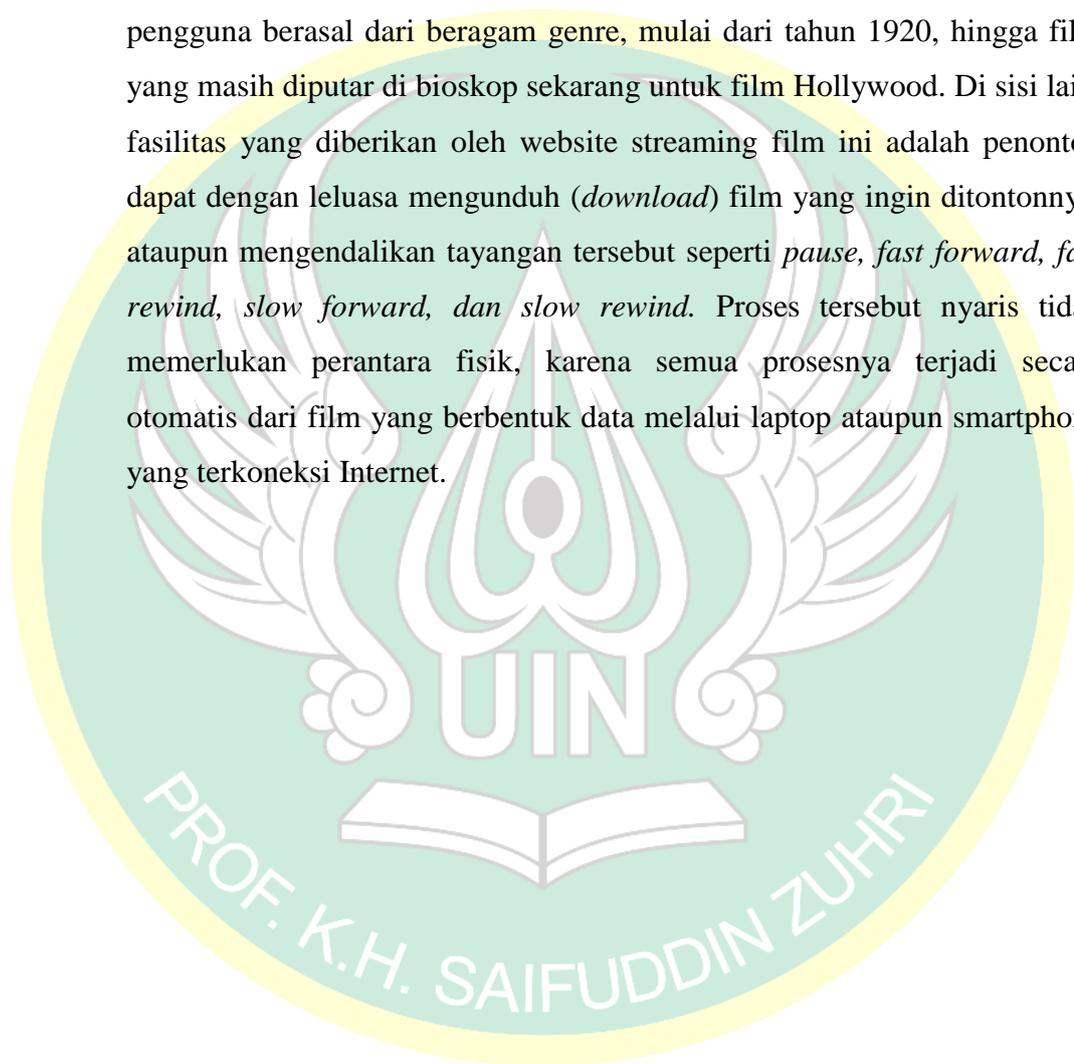
---

<sup>96</sup> [Layanan "streaming", tantangan dan peluang perfilman Indonesia - ANTARA News](#) Diakses pada 13 September 2022

<sup>97</sup> [Video on Demand dan Penerimaannya oleh Masyarakat Indonesia | DailySocial.id](#) Diakses pada 13 September 2022

<sup>98</sup> [14 Aplikasi Nonton Film Terbaik Streaming yang Legal di Indonesia \(theasianparent.com\)](#) Diakses pada 30, Agustus 2022

memainkan film tinggal menggunakan peralatan digital mereka, seperti laptop/komputer yang terkoneksi Internet untuk membuka *platform* tersebut. Lalu, pengguna tinggal mencari film yang hendak ditonton melalui kolom pencarian film atau dapat dipilih melalui kolom kategori berdasar genre, tahun, film serial, umur, sering banyak ditonton, kualitas video, negara, dan indeks judul film. Daftar film yang dapat diakses oleh pengguna berasal dari beragam genre, mulai dari tahun 1920, hingga film yang masih diputar di bioskop sekarang untuk film Hollywood. Di sisi lain, fasilitas yang diberikan oleh website streaming film ini adalah penonton dapat dengan leluasa mengunduh (*download*) film yang ingin ditontonnya, ataupun mengendalikan tayangan tersebut seperti *pause*, *fast forward*, *fast rewind*, *slow forward*, dan *slow rewind*. Proses tersebut nyaris tidak memerlukan perantara fisik, karena semua prosesnya terjadi secara otomatis dari film yang berbentuk data melalui laptop ataupun smartphone yang terkoneksi Internet.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang bertujuan untuk mengeksplorasi motif dan perilaku menonton film online mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam perspektif teori *uses and gratification*. Sehingga sampel penelitian dipilih secara purposive dengan melibatkan mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berlatar belakang berbeda. Metode analisis yang digunakan yakni metode analisis kualitatif yang lebih menekankan analisis pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika, hubungan antara yang diamati dengan menggunakan ilmiah.<sup>99</sup> Dimana data dikumpulkan melalui wawancara non terstruktur secara *online* maupun offline dan juga dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field reseach* menjelaskan keadaan serta mengenai situasi yang terjadi dengan cermat dan dilakukan dengan turun langsung ke lapangan. Menurut Sinngleton sebagaimana dikutip oleh Maros penelitian lapangan berasal dari dua tradisi yang terkait antara studi antropologi yang menjelaskan jawaban atas pertanyaan apakah budaya suatu kelompok individu dan studi sosiologi yang memberikan jawaban atas pertanyaan apakah budaya suatu kelompok individu dan studi sosiologi yang memberikan jawaban atas bagaimanakah orang memahami kegiatan mereka sehari-hari sehingga mereka dapat berperilaku dengan cara yang diterima secara social.<sup>100</sup>

#### B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

##### a. Tempat Penelitian

---

<sup>99</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2016), hlm.5.

<sup>100</sup> Fadlun Maros, dkk, *Penelitian Lapangan(Field Research) Pada Metode Kualitatif*, (Sumatra:Universitas Sumatra Utara, 2016).

Tempat yang digunakan untuk penelitian ini adalah Kampus Universitas Islam Negeri Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang beralamat di Jalan Jendral Ahmad Yani No 40A Purwokerto Utara. Alasan peneliti mengambil lokasi atau tempat penelitian tersebut adalah banyak mahasiswa menggunakan media social. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui motif dan perilaku menonton film online mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam prespektif teori *uses and gratifications*.

#### **b. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan September 2022 sampai bulan Oktober 2022 dan akan melakukan perpanjangan waktu jika hasil yang diperoleh belum maksimal.

### **C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN**

#### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ialah orang yang paling paham mengenai apa yang diteliti atau orang yang bermanfaat untuk memberikan informasi terkait situasi atau kondisi latar penelitian.<sup>101</sup> Pengertian lain menyebutkan subjek penelitian merupakan batasan penelitian dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variable penelitian.<sup>102</sup>

Subjek penelitian merupakan 4 mahasiswa aktif UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, yakni Hanifah Abir Andriana dan Hanifah Asjad Andriyani yang merupakan mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Angkatan 2018, Resti Azfirotul Ma'rifah yang merupakan mahasiswi Pendidikan Anak Usia Dini Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan tahun 2018 yang terakhir yakni Dini Zahrotun

---

<sup>101</sup> Eko Murdiyanto, . Metode Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020), hlm 52

<sup>102</sup> Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm 116

Nisa' yang merupakan mahasiswa PMI Fakultas Dakwah Angkatan tahun 2019. Subjek dalam penelitian ini mempunyai karakteristik atau dipilih dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan mahasiswa aktif
- 2) Dari Program Studi dan Fakultas yang berbeda
- 3) Berlangganan Platform *Video On Demand*

#### **b. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah variable atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>103</sup> Objek utama penelitian ini ialah motif penggunaan film online dan perilaku yang ditimbulkan dari menonton film online dengan perspektif teori *uses and gratifications*.

#### **D. SUMBER DATA**

Sumber penelitian dimana pusat data yang dihimpun dari hasil pengamatan sebuah penelitian baik berupa dokumentasi, wawancara, maupun lapangan. Jenis data pada sumber penelitian dibagi menjadi dua macam:

##### **a. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diperlukan dalam penelitian atau dalam istilah lain merupakan data utama yang diperoleh peneliti sendiri dari sumber utama untuk kepentingan penelitiannya.<sup>104</sup> Data premier dapat berbentuk sebuah opini subjek secara individual atau kelompok.<sup>105</sup> Adapun informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini merupakan wawancara terpadu secara *online* maupun offline pada Mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

---

<sup>103</sup> [Pengertian Subjek Penelitian : Perbedaan dengan Objek dan Contoh \(deepublishstore.com\)](https://deepublishstore.com)

Diakses pada 13 September 2022

<sup>104</sup> Eko Murdiyanto, . Metode Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020), hlm 53.

<sup>105</sup> Rosady Ruslan, 2004. *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004) Hlm. 138.

## b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat pihak lain.<sup>106</sup> Sumber data sekunder penulis peroleh dengan menggunakan studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian yang diteliti serta dokumentasi yang menjadi pelengkap proses penelitian.

## E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

### a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*Guide*) wawancara.<sup>107</sup> selain itu, wawancara juga merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan komunikasi serta dapat dilakukan secara terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur, langsung ataupun tidak langsung.

Wawancara dilakukan secara semi struktur, dimana wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian terbuka, yang memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban dari informan sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.<sup>108</sup> Teknik wawancara ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apa motif yang digunakan dalam

---

<sup>106</sup> Eko Murdiyanto,. Metode Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020). hlm. 57.

<sup>107</sup> M. Burhan Bungin, Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), hlm. 13.

<sup>108</sup> Williny, dkk, Analisis Komunikasi di PT. Asuransi Buana Independent Medan, Jurnal Ilmiah Simantek, Vol. 3, No.1, (Medan: Akademi Sekretari dan Manajemen Cendana, 2019), hlm 4.

menonton film dan bagaimana perilaku dalam menonton film online di aplikasi platform film pada mahasiswa. Wawancara akan dilakukan pada subjek penelitian berupa informan yang berasal dari UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto dimana proses wawancara dalam sebuah penelitian ini digunakan dalam melengkapi data penulis untuk mengumpulkan informasi.

#### b. **Observasi**

Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah hasil kerja pancaindera mata serta dibantu panca indera lainnya.<sup>109</sup> Observasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses melihat, mengamati serta mencermati dan merekam perilaku secara sistematis dengan tujuan agar dapat mendiskripsikan perilaku objek serta memahami atau bisa juga hanya ingin mengetahui frekuensi dari suatu kejadian. Adapun beberapa informasi yang bisa didapat dari observasi yakni tempat atau lokasi, perilaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, peristiwa, waktu serta perasaan.<sup>110</sup>

Dengan hal ini penulis melakukan observasi guna mendapatkan kumpulan data lapangan yang diseleksi dan diambil untuk penguatan secara ilmiah dan fakta. Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui objek penelitian yang terkait motif penggunaan serta perilaku mahasiswa. Observasi dilakukan yakni observasi non partisipan selama penelitian berlangsung untuk mengumpulkan data sebelum akhirnya dievaluasi dan dibuat kesimpulan.

Peneliti akan mengobservasi subjek penelitian subjek dan objek penelitian yang sudah ditentukan yakni informan agar mengetahui motif penggunaan serta perilaku menonton film online oleh mahasiswa.

---

<sup>109</sup> M. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), hlm 136.

<sup>110</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020). hlm. 54

### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan setiap proses pembuktian yang berdasarkan pada jenis sumber apapun, baik berupa tulisan, lisan, gambar atau arkeolog. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi penelitian berdasarkan sumber-sumber yang semuanya memberikan informasi bagi proses penelitian.<sup>111</sup> Dokumentasi diperlukan sebagai faktor pendukung dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai proses wawancara perihal motif penggunaan serta perilaku dalam menonton film di kalangan mahasiswa atau informan yang sudah ditentukan. Adapun bentuk dokumentasi dalam penelitian ini berupa rekaman suara, draft hasil wawancara, serta gambar yang diambil saat proses wawancara berlangsung.

## F. ANALISIS DATA

Teknik analisis data dapat diartikan sebagai proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan dipresentasikan. Setelah data dan informasi diperoleh dalam penelitian ini akan dipelajari dan dipahami yang kemudian nantinya dapat di analisa agar dapat sesuai dengan penelitian yang dibahas penulis. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tiga alur kegiatan Burhan Bungin. Adapun ketiga alur tersebut adalah<sup>112</sup>

### a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses identifikasi data sebuah data, pada mulanya diidentifikasi adanya satuan yang bagian terkecil yang ditemukan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data berarti

---

<sup>111</sup> Eko Murdiyanto,. Metode Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020). hlm. 64

<sup>112</sup> Eko Murdiyanto,. Metode Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press, 2020), hlm 78-83.

merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>113</sup> Fungsi dari reduksi data adalah untuk menajamkan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu, serta mengarahkan sehingga interpretasi bisa ditarik kesimpulan.

#### b. Penyajian Data

Tahap ini peneliti banyak terlibat pada kegiatan penyajian atau penampilan dari data yang terkumpul dan dianalisis sebelumnya. Penyajian data merupakan mengorganisasikan data kemudian menyusun data dalam pola hubungan sehingga mudah difahami.<sup>114</sup>

#### c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan adalah temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, bisa juga hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>115</sup> Penarikan kesimpulan mengacu pada kegiatan membuat suatu kesimpulan baik itu kesimpulan sementara maupun kesimpulan akhir, dimana keduanya dapat dibuat secara bertahap dari setiap data yang telah ditemukan pada penelitian. Kegiatan penarikan kesimpulan merupakan bagian menganalisis data, dimana saat awal mula mengumpulkan data, seorang peneliti dapat memutuskan apakah sesuatu bermakna atau tidak.<sup>116</sup>

Setelah semua sumber data terpenuhi peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah disertai dengan berbagai bukti nyata terkait motif dan perilaku mahasiswa dalam menonton.

---

338. <sup>113</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm

341 <sup>114</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm

345. <sup>115</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm

<sup>116</sup> Samsu, Metode Penelitian, (Jambi: Pustaka Jambi, 2017), hlm 106

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. PENYAJIAN DATA

#### 1. Gambaran Umum Film Online

Film online merupakan sebuah *cinematographie* atau gambar bergerak yang diakses atau ditonton secara daring, serta terhubung melalui jejaring internet atau juga *Video On Demand (VOD)* yang memungkinkan pengguna untuk dapat memilih dan menonton film yang ingin diakses dari penyedia layanan di internet sebagai bagian dari system interaktif. Fenomena menjamurnya layanan *streaming film* pada VOD menjadi solusi dalam pilihan mencari hiburan bagi khalayak. Hal ini didukung dengan adanya riset pertumbuhan *platform streaming online* di Asia Tenggara yang diperoleh dari hasil riset “*Southeast Asia Online Video Consumer Insight & Analytic: A Definitive Study*” oleh Media Partner Asia. Dengan data yang didapat, memberikan point yang didapat sebagai berikut<sup>117</sup> yang dihitung menggunakan 6 penyedia layanan streaming film terbaik. Dalam penelitian ini, adapun aplikasi layanan film online yang digunakan informan yakni sebagai berikut:

- a. Disney+Hotstar



Gambar 5. Aplikasi Film Online Disney+ Hotstar

---

<sup>117</sup> [Pertumbuhan Platform Streaming Film Online di Asia Tenggara Halaman 1 - Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com) Diakses pada 13 September 2022

Sumber: Aplikasi Playstore pada android

Aplikasi Disney+ Hotstar merupakan sebuah layanan VOD yang dimiliki oleh Disney Star, yang kemudian di Indonesia mulai beroperasi pada 5 September 2020 dengan mengedepankan konten dari Disney dan puluhan film dalam negeri. Dengan peningkatan pelanggan tertinggi tahun 2021 yakni sebanyak 2,11 juta dengan waktu tonton 2,28 juta di Asia Tenggara. Genre yang ditayangkan pada aplikasi sangat beragam, mulai dari drama, action, family, romance, superhero, komedi, horror, thriller, musical, reality, hingga kids atau khusus anak-anak.

b. Netflix



Gambar 6. Aplikasi Film Online Netflix

Sumber: Aplikasi Playstore pada android

Netflix ialah salah satu layanan VOD, yang berawal dari penjualan film online melalui DVD yang kemudian berkembang menjadi layanan streaming. Netflix masuk ke Indonesia tahun 2016, dimana tahun 2021 Netflix mengalami peningkatan pelanggan sebanyak 441 ribu pelanggan dengan menit tontonan terbanyak dibanding aplikasi yang lain yakni sebanyak 45,6 juta.

c. VIU



Gambar 7. Aplikasi Film Online Viu

Sumber: Aplikasi Playstore pada android

Aplikasi layanan VOD yang satu ini hanya focus menyediakan serial drama Asia, terutama drama korea, program variasi anime dan berita hiburan. Pada Desember 2018, VIU memiliki 30 juta pengguna aktif setiap bulannya, yang kemudian dihitung pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebanyak 588 ribu pelanggan.

d. iQIYI



Gambar 8. Aplikasi Film Online iQIYI

Sumber: Aplikasi Playstore pada android

Merupakan sebuah platform VOD asal Tiongkok, yang hanya

focus menayangkan serial drama cina, drama korea, drama Thailand, film, dan anime. Dimana tahun 2021 mengalami pelonjakan pelanggan sebanyak 147 ribu dengan menit tontonan 11,4 juta di Asia Tenggara.

## 2. Profil Informan

Di bagian ini peneliti akan menggambarkan atau mendeskripsikan informasi terkait profil informan. Hasil penelian menunjukkan bahwa informan yang diambil merupakan mahasiswa aktif strata-1 UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang memenuhi kriteria informan yang dibutuhkan peneliti.

Karakteristik informan dibutuhkan untuk mengetahui informasi umum dari informan. Informasi umum dalam penelitian ini antara lain: mahasiswa aktif, suka menonton film, menggunakan aplikasi layanan film online, serta berlangganan aplikasi menonton film. Wawancara sudah dilakukan pada 17-23 September 2022. Adapun karakteristik informan dari hasil penelitian disajikan berikut ini:

### 1. Hanifah Abir Andriana

Hanifah Abir Andriana yakni informan pertama yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan di tempat makan Chicken Mo yang letaknya di depan UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri pada tanggal 17 September 2022. Hanifah merupakan mahasiswa semester 9 angkatan 2018 dari kelas KPI A di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri. Hanifah berasal dari Cilacap yang saat ini sudah berumur 22 tahun. Hanifah Abir memiliki ketertarikan terhadap film online sejak masih sekolah dasar, dimana mereka mengetahui film online melalui ayahnya.

Adapun film online yang pertama kali di tonton yakni Harry Potter. Kemudian berlanjut kelas 2 sekolah menengah atas mengetahui adanya aplikasi layanan film online sejak tahun 2017 sekitar kelas 11 SMA, ia mengetahui aplikasi melalui teman di lingkungan sekolah, selain itu juga beberapa aplikasi yang di ketahui melalui media internet. Adapun aplikasi yang pernah dicoba untuk menonton film yakni aplikasi viu, WeTV dan juga iQIYI, yang kemudian memutuskan untuk berlanggan pada aplikasi Viu sejak terjadinya pandemic tahun 2020 hingga sekarang. Alasan

berlangganan aplikasi Viu yakni tidak ingin menunggu update film terbaru yang jaraknya seminggu setelah rilis jika tidak berlangganan dan tidak ingin menonton iklan yang ditampilkan ditengah-tengah film. Saat ini, Hanifah tergolong tidak setiap hari menonton film, namun setiap minggunya mampu menonton 3 sampai 4 kali dengan durasi yang bervariasi antara 2-6 jam.<sup>118</sup>

## 2. Hanifah Asjad Andriani

Hanifah Asjad Andriani, yang merupakan saudara kembar dari informan pertama Hanifah Abir Andriana. Hanifah Asjad Andriani yang peneliti wawancarai ini merupakan informan kedua, wawancara dilakukan di tempat dan waktu yang sama dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022. Hanifah Asjad merupakan mahasiswa semester 9 angkatan 2018 dari kelas KPI B di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri. Hanifah Asjad juga berasal dari Cilacap yang saat ini sudah berumur 22 tahun. Sama halnya dengan Hanifah Abir, ia memiliki ketertarikan terhadap film online sejak masih sekolah dasar, dimana mereka mengetahui film online melalui ayahnya. Adapun film online yang pertama kali di tonton yakni Harry Potter. Kemudian berlanjut kelas 2 sekolah menengah atas mengetahui adanya aplikasi layanan film online sejak tahun 2017 sekitar kelas 11 SMA, sama-sama mengetahui aplikasi melalui teman di lingkungan sekolah, selain itu juga beberapa aplikasi yang di ketahui melalui media internet.

Adapun aplikasi yang pernah dicoba untuk menonton film yakni aplikasi viu, WeTV dan juga iQIYI, Disney+ Hotstar yang kemudian memutuskan untuk berlangganan pada aplikasi Disney+ Hotstar sejak tahun 2022 hingga sekarang. Berbeda dengan Hanifah Abir, alasan beralih menjadi berlangganan aplikasi Disney+ Hotstar yakni film yang ditayangkan lebih bervariasi, mulai dari film barat hingga asia, Saat ini, Hanifah Asjad sama dengan saudaranya yang tergolong tidak setiap hari menonton film, namun setiap minggunya mampu menonton 3 sampai 4 kali

---

<sup>118</sup> Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 29 Juni 2022

dengan durasi yang bervariasi antara 2-6 jam<sup>119</sup>

3. Dina Zahrotun Nisa'

Dina Zahrotun Nisa' merupakan informan ketiga yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan di kosannya yang letaknya di Karang Jambu, Purwokerto Utara pada tanggal 19 September 2022. Dina merupakan mahasiswa semester 7 angkatan 2019 dari kelas PMI di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri berasal dari Demak yang saat ini sudah berumur 21 tahun. Saat masih sekolah dasar Dina mengetahui film online melalui lingkungan sekolahnya, yang awalnya mengajak Dina untuk membeli DVD. Adapun film online yang pertama kali di tonton yakni Film Horor dengan judul "lawang sewu". Kemudian berlanjut hingga saat ini, film online menjadi kesukaan. Dina mengetahui aplikasi layanan film online sejak tahun 2018 sekitar SMA, ia mengetahui aplikasi melalui media internet, yakni youtube.

Adapun aplikasi yang pernah dicoba untuk menonton film yakni aplikasi viu tahun 2019 dan juga Netflix, yang kemudian memutuskan untuk berlangganan pada aplikasi Netflix sejak terjadinya pandemic tahun 2021 hingga sekarang dengan alasan tidak ingin menonton iklan yang ditayangkan aplikasi dan juga karena menunggu update terlalu lama jika tidak berlangganan aplikasi. Saat ini, Dina tergolong hampir setiap hari menonton film dengan durasi yang bervariasi antara 2-6 jam setiap harinya.<sup>120</sup>

4. Resti Azfirotul

Informan keempat yang peneliti wawancara dilakukan melalui aplikasi Whatsapp karena memiliki kesibukan sehingga wawancara dilakukan secara online pada tanggal 23 September 2022. Resti Azfirotul merupakan mahasiswi semester 9 angkatan 2018 dari prodi PGSD Fakultas Tarbiyah UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri. Resti berasal dari Purbalingga yang sekarang sudah berumur 22 tahun. Berbeda dengan informan yang lain, ia

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 17 September 2022.

<sup>120</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

memiliki ketertarikan terhadap film sejak sekolah menengah pertama, dimana Resti mengetahui film melalui keluarganya.

Adapun film yang pertama kali di tonton yakni Tom and Jerry. Kemudian berlanjut mengenal adanya aplikasi layanan film online sejak tahun 2018 yang diketahui melalui iklan di media sosial. Adapun aplikasi yang pernah dicoba untuk menonton film yakni aplikasi Viu, WeTV dan juga Netflix yang kemudian memutuskan untuk berlangganan pada aplikasi Netflix sejak tahun 2019 beralih menggunakan Disney+ Hotstar awal tahun 2022 hingga sekarang. Saat ini, Resti tergolong tidak setiap hari menonton film, namun setiap minggunya mampu menonton 3 sampai 4 kali dengan durasi yang bervariasi antara 1-6 jam<sup>121</sup>

Dalam penelitian kali ini, informan yang telah disebutkan diatas guna memudahkan peneliti, maka digunakan semacam kode pada informan sebagai berikut:

- Hanifah Abir Andriana : Informan 1 : I.1
- Hanifah Asjad Andriyani : Informan 2 : I.2
- Dina Zahrotun Nisa' : Informan 3 : I.3
- Resti Azfirotul Ma'rifah : Informan 4 : I.4

## **B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **a. Motif Menonton**

Motif diartikan sebagai suatu pengertian, yang melingkupi semua alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang membuat manusia melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui motif menonton informan, dimana guna mengetahui motif apa yang digunakan informan untuk menonton film online. Motif yang dilihat dalam penelitian ini mengacu pada motif menonton menurut McQuail yang memiliki empat jenis yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan motif

---

<sup>121</sup> Wawancara dengan Resti 23 September 2022

hiburan.<sup>122</sup>

Deskripsi hasil wawancara uji motif menonton film online pada penelitian ini dibagi menjadi empat yakni informasi, identitas personal, integritas dan interaksi sosial, serta hiburan.

Tabel.1. Motif Menonton Film Online Informan

Motif	I.1	I.2	I.3	I.4
Informasi	✓	✓	-	-
Identitas pribadi	-	-	✓	-
Integrasi dan social	-	✓	-	-
Hiburan	✓	✓	✓	✓

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat satu motif yang digunakan oleh keempat informan dalam menonton film online, yakni motif hiburan. Dimana keempat informan menyatakan bahwa awal mereka menggunakan aplikasi dan juga menonton film online karena ingin mencari hiburan ditengah rasa bosan yang dirasakan informan.

*“waktu itu aku pindah dari viu ke Disney+ itu pengen nonton film barat, karena drama yang aku tonton di viu juga udah selesai juga semuanya trus bosen dan waktu itu ada yang pengen aku tonton di Disney+”<sup>123</sup>*

*“kalo untuk hiburan si pasti iya, apalagi kalo gaada kegiatan gitu bingung mau ngapain selain dengerin music ya pastin nonton film”<sup>124</sup>*

*“kemaren stess nugas, karena kebanyakan tugas jadi gatau mau ngerjain yang mana dulu, yaudah aku nonton film buat balikin mood”<sup>125</sup>*

*“yang jelas emang langganan aplikasi sama nonton biar aku ga bosen aja, trus buat hiburan aja si”<sup>126</sup>*

<sup>122</sup> Sumartono, Motif dan Pola Menonton Siaran Stasiun TV Swasta Nasional Di Kalangan Mahasiswa FIKOM UBHARA JAYA, *Jurnal Komunikologi*, Vol. 11, No. 2, (Jakarta: Universitas Esa Unggul Jakarta, 2014), hlm 98-99

<sup>123</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>124</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>125</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>126</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

Pada motif informasi, motif ini diharapkan mampu memberikan informasi seputar keadaan lingkungan sekitar, pengetahuan, dan hal umum lainnya. Dalam aspek motif informasi, dua (I.1 dan I.2) informan dari keempat informan menyatakan penggunaan aplikasi menonton dan menonton film salah satunya adanya motif mencari informasi

*“aku kan juga dari kecil mulai kayak belajar bahasa korea kan, kayak nulis hangeulnya (bahasa korea) gimana, trus ngomongnya itu yang bener gimana, dan dari nonton film itu salah satu sumber aku buat ngelatih pemahaman aku mengenai bahasa korea”<sup>127</sup>*

*“iya aku juga dulu otodidak bisa nulis, trus belajar ngomong, keterusan sampe sekarang. Trus pas nonton film jadi malah tertarik belajar bahasa yang lain juga kayak bahasa inggris sama jepang gitu”<sup>128</sup>*

Pada motif identitas pribadi, hasil penelitian ini menunjukkan hanya satu informan I.3 yang menggunakan motif ini dalam penggunaan aplikasi dan menonton film. Ketiga informan lainnya umumnya memilih motif lain selain motif identitas pribadi.

*“aku biasanya juga kalo semisal ada yang aku ngerasa mirip gitu, dari sifat ataupun yang lain jadi tau aku tu harus bersikap ke diri aku gimana gitu, trus kadang juga dari nonton film ini buat aku upgrade diri loh contohnya kayak fashionnya gitu”<sup>129</sup>*

Adapun motif integrasi dan social, digunakan informan I.1 dan I.2, dimana mereka menggunakan motif ini tidak lain karena awal mula mereka mengenal dan menyukai film tidak jauh dari peran keluarga.

*“malah keluargaku itu yang bikin aku sama hani suka banget sama filmkan”<sup>130</sup>*  
*“karena dulu waktu pandemic itu kan semua serba di rumah, kadang sebelum makan kakakku minta rekomendasi film buat nonton bareng”<sup>131</sup>*

---

<sup>127</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>128</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>129</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>130</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>131</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

*“pernah juga keluarga bareng-bareng nonton film , trus kalo mau nonton pasti nanyain mau nonton film apa gitu, jadi interaksi sama keluarga kita itu ya baik sii kalo untuk bahas film “<sup>132</sup>*

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa motif yang digunakan keempat informan yakni motif hiburan, dan selebihnya memiliki motif yang berbeda seperti yang sudah tertera dalam tabel diatas.

## **b. Perilaku Menonton**

Pengertian perilaku menurut Krech, dkk yaitu pikiran dan tindakan individu untuk merefleksikan keinginan-keinginan (*wants*) dan tujuan (*goals*).<sup>133</sup> Penelitian kali ini ingin mengetahui bagaimana perilaku informan saat menonton film online. Film online dalam penelitian ini merupakan film atau gambar bergerak yang dapat diakses secara online melalui aplikasi yang menyediakan layanan menonton film online. Aplikasi layanan menonton film online yang ada dan juga legal di Indonesia tentunya sangat banyak, dimana dalam penelitian ini terdapat tiga aplikasi layanan film online yang digunakan oleh informan, yakni Viu, Netflix, dan Disney+ Hotstar. Perilaku menonton film online tentunya sudah menjadi hal yang biasa dalam masyarakat kita, berikut ini akan dibahas beberapa aspek yang terkait dengan perilaku menonton film online untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap. Adapun perilaku yang dilihat pada penelitian kali ini adalah (1) frekuensi menonton, (2) waktu menonton,(3) kebiasaan menonton, (4) tempat menonton dan (5) pilihan genre film online yang ditonton. Beberapa aspek yang dibahas meliputi antara lain;

### **(i) Frekuensi menonton**

Frekuensi menonton film online ialah tingkat keseringan informan untuk menonton film online. Dimana hasil wawancara yang dilakukan dengan empat informan dapat disimpulkan bahwa frekuensi menonton film online informan memiliki perbedaan, dimana I.3 dalam menonton film dilakukan setiap harinya

---

<sup>132</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>133</sup> Nando, Nurmala K. Pandj 7BVN aita, Hubungan Antara Perilaku Menonto Film Kekerasan Dengan Perilaku Agresi Remaja, *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 6, No. 1 (Bogor : Institute Pertanian Bogor, 2012), hlm 23

*“Posisinya sekarang kan lagi dikos, terus udah ga ada kelas jadi tinggal skripsian, nah kan banyak banget waktu luangnya, jadi aku nonton film dalam sehari itu bisa sampe 2-4 kali nonton”<sup>134</sup>*

*“Bingung juga soalnya aku orangnya ga suka main, jadi lebih pilih nonton film di hp sii”<sup>135</sup>*

Berbeda dengan data diatas, ketiga informan I.1, I.2, I.3 memiliki frekuensi menonton film online yang sama yakni

*“dulu aku emang sesuka itu sama film jadi setiap hari pasti nonton, tapi sekarang udah ga ada difase itu, tapi masih suka film, dan kebetulan juga aku lagi banyak kegiatan jadi paling seminggu 3 kali atau 4 kali aja”<sup>136</sup>*

*“Iya untuk sekarang kalau nonton tiap hari si engga, tapi sekarang emang lagi suka sama beberapa film, jadi nontonnya ya sesuai dengan updatenya dalam seminggu di aplikasi”<sup>137</sup>*

*“Banyak kegiatan, setiap sore dari senin sampe kami situ di TPQ, jadi paling seminggu kalo ga 3 ya 4 kali nonton sii”<sup>138</sup>*

Ketiga informan memiliki frekuensi menonton film online yang sama yakni 3 hingga 4 kali dalam seminggu.

(ii) Kebiasaan menonton

kebiasaan menonton dalam penelitian ini dimaksudkan pada kegiatan menonton film online yang informan lakukan baik secara sendiri, bersama keluarga bahkan dengan teman ataupun saudara.

---

<sup>134</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>135</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>136</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>137</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>138</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

Tabel 2. Kebiasaan menonton informan

	Sendiri	Keluarga	Saudara/teman
I.1	✓	✓	-
I.2	✓	✓	-
I.3	✓	-	✓
I.4	✓	-	-

Dari tabel menunjukkan kebiasaan yang sama menonton film pada keempat informan memiliki kebiasaan yang lebih dominan untuk menonton film online secara sendiri, selain itu dari keempat informan, I.1 dan I.2 seringkali menonton film online bersama keluarga, sedangkan I.3 dengan saudara.

(iii) Tempat menonton

Hal yang dimaksud yakni tempat yang sering digunakan oleh informan untuk menonton film online. Dari hasil wawancara menyebutkan tempat menonton film online keempat informan berbeda-beda, tergantung domisili atau tempat yang informan tinggali. Walaupun begitu keempat informan mengatakan bahwa kamar tidur merupakan tempat yang paling dominan atau paling sering digunakan untuk menonton film online. Tak hanya itu, I.1 dan I.2 juga sering menonton di ruang tamu dikarenakan tempatnya yang cukup luas untuk menonton bersama-sama, selain itu I.3 juga menyebutkan kampus menjadi tempatnya mengakses film online dengan ketentuan tidak dalam pembelajaran, biasanya saat menunggu dosen atau sebelum adanya kelas itu dilakukan salah satunya karena sinyal wifi cukup lancar untuk mengakses film online yang akan ditonton.

(iv) Waktu untuk menonton

Waktu yang dicurahkan untuk menonton film online memberikan gambaran, apakah menonton film online tersebut merupakan pilihan bagi informan untuk memperoleh informasi dan tujuan lain. Informan memiliki waktu yang dituangkan untuk menonton film yang berbeda,

disajikan dalam tabel:

Tabel 3. Waktu menonton film online

	Pagi	Siang	Sore	Malam
I.1	✓	-	-	✓
I.2	✓	-	-	✓
I.3	-	✓	✓	✓
I.4	-	✓	-	✓

Dari hasil wawancara, keempat informan memaparkan waktu yang biasa mereka gunakan untuk menonton film seperti yang tertera diatas. Pengertian waktu yang diluahkan dalam peneitian bermakna bahwa kegiatan menonton film online bisa dianggap sebagai aktivitas primer maupun aktivitas sekunder.<sup>139</sup>

Data tersebut mengindikasikan informan memiliki perbedaan pola menonton film online. Sementara hasil penelitian ini menunjukkan, waktu yang lebih banyak diluahkan untuk menonton film online yakni pada malam hari. Keadaan ini dimungkinkan oleh dua penyebab. Dimana I.1 dan I.2 menggunakan waktu siang hingga sore hari untuk kegiatan lainnya seperti kuliah, mengerjakan tugas, bebersih rumah dan lain sebagainya. Sebaliknya, waktu yang tepat bagi I.4 yakni saat siang dan malam hari, dan waktu menonton I.3 yakni siang, sore dan malam dengan durasi menonton yang berbeda. Sehingga informan yang merupakan mahasiswa menganggap waktu menonton pada malam hari ketika sudah tidak lagi disibukkan dengan aktivitas rutin lainnya merupakan waktu yang tepat.

(v) Genre film yang ditonton

Dalam penelitian ini, genre film merupakan sebutan untuk membedakan jenis atau tipe film yang dalam film tersebut. Film memiliki banyak genre yakni setidaknya terdapat 15 genre film yang digunakan antaranya; aksi, horror, romantis, komedi, drama, documenter, tragedy, film noir, fiksi sains, triller, keluarga, petualangan, Animasi, Persahabatan, dan juga western. Dalam penelitian kali ini, adapun genre

---

<sup>139</sup> Imas Masriah, Perilaku dan Motif Pada Guru Dalam Menonton Televisi di Dua Tipologi Desa Dia Kabupaten Bogor, Jurnal ILmiah Ilmu Manajemen Vol.5, No. 1. (Jawa Barat: UNPAD,) hlm 23

yang paling sering ditonton informan sebagai berikut:

Tabel 4. Informan terhadap pemilihan Genre Film online

	I.1	I.2	I.3	I.4
Romantis	-	✓	✓	-
Komedi	-	✓	✓	✓
Triller	✓	-	-	-
Action	✓	✓	✓	✓
Horor	-	-	-	✓

Informan I.1, I.2, I.3 dan I.4 mengatakan pada tabel diatas merupakan genre yang paling diminati untuk ditonton, namun hal itu tidak memungkiri informan untuk menonton genre lain

*“aku paling suka film action, triller gitu kurang suka sama film romantis, pernah nonton film romantis karena saran dari Ifah jadi aku tonton dan ternyata tetep ga suka, beda lagi kalo kayak film komedi romantic itu kadang aku tonton si tergantung alurnya gimana”<sup>140</sup>*

*“pertama aku nonton film itu film horror dulu suka nontonnya, tapi sekarang malah jadi bikin takut, tapi kalo ada temennya baru aku berani nonton.”<sup>141</sup>*

*“kalo untuk genre film lain banyak si, kayak triller kadang aku nonton juga”<sup>142</sup>*

*“drama si yang kadang ditonton sama documenter yang menurutku menarik aja”<sup>143</sup>*

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa pemilihan film online yang akan mereka tonton beragam dimana keempat informan lebih sering menonton film online sesuai dengan tabel diatas, namun tidak menutup kemungkinan untuk

<sup>140</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>141</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>142</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

<sup>143</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

menonton film online dengan genre lain yang mereka minati.

**c. Motif Menonton Mahasiswa dalam Prespektif Teori *Uses and Gratification***

Teori *Uses and Gratification* mengatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak tidak kerkecuali aplikasi menonton film. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. *Uses and Gratification* digunakan untuk mengukur motif dan kepuasan, dengan kata lain dalam penelitian ini, khalayak menggunakan aplikasi menonton film yang menurutnya berguna untuk memenuhi kebutuhan bagi dirinya. Sehingga penelitian ini memusatkan perhatiannya pada penggunaan (*uses*) aplikasi menonton film online untuk menonton film yang diinginkan guna mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan akan dirinya.<sup>144</sup> Adapun menurut Katz, dkk kebutuhan guna menjawab pemenuhi kepuasan pengguna tersebut dikategorikan sebagai berikut:<sup>145</sup>

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan memberikan informasi pengetahuan atau pemahaman tentang lingkungan disekitarnya.<sup>146</sup> Dalam artian lain keperluan yang terlibat untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman sekitar<sup>147</sup> yang terbentuk berdasarkan pada keinginan untuk mengetahui dan memahami lingkungannya, juga memuaskan tentang rasa ingin tahu terhadap sesuatu. Tidak terkecuali penggunaan media atau aplikasi layanan untuk menonton film online, namun setiap orang memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai apakah menonton film online pada aplikasi film online dapat

---

<sup>144</sup> Like Gunawan, Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di Metro TV Jawa Timur, Jurnal E-Komunikasi, Vol. 2 No. 1 (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2016), hlm 2.

<sup>145</sup> Humaizi, *Uses and Gratifications Teory*, (Medan:USU Press, 2018), hlm 22-24

<sup>146</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 196.

<sup>147</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 22-24

memenuhi kebutuhan kognitif ini atau tidak.

Hasil wawancara menunjukkan 3 (I.1, I.2, I.3) dari 4 informan mengatakan bahwa kebutuhannya akan informasi terpenuhi. Ketiga informan menyebutkan setidaknya, kebutuhan kognitif atau informasi terpenuhi karena pada aplikasi film online yang digunakan dapat mengetahui hal-hal yang terjadi dalam film online yang ditonton, baik informasi mengenai culture, bahasa, atau aktivitas yang sekiranya tidak diketahui mereka baik dalam film asia maupun film barat, hal tersebut diutarakan juga oleh informan I.1, I.2 dan I.3

Informan I.3 mendapatkan pemahaman mengenai hukum dengan menonton film

*“Salah satu aku nonton film emang karena pengen tau si, kayak misal film yang bahas tentang hukum, pas nonton jadi tau hukum di negaranya itu seperti apa walaupun sedikit gitu”*.<sup>148</sup>

Bagi informan I.1 dan I.2 dengan menonton film online terutama drama korea, dia mendapatkan banyak sekali ilmu terutama pemahaman terkait dengan bahasa korea, karena informan ini sangat menyukai segala hal terkait korea dari kecil, dan pada akhirnya informan ini mampu belajar korea dengan menonton film.

*“Aku belajar banyak banget dari nonton film, misalnya tentang kepolisian di korea itu sistemnya kayak gimana, tentang sekolah, kuliah, pemadam kebakaran juga pernah jadi kita tau kegiatannya apa aja”*.<sup>149</sup>

Selain menonton *reality show*, bagi informan I.2 menonton film online merupakan salah satu sumber informasi guna melatih informan I.2 dalam memahami bahasa korea.

*“aku kan juga dari kecil mulai kayak belajar bahasa korea kan, kayak*

---

<sup>148</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>149</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

*nulis hangeulnya gimana, trus ngomongnya itu yang bener gimana, dan dari nonton film itu salah satu sumber aku buat ngelatih pemahaman aku mengenai bahasa korea”<sup>150</sup>*

Bermula dari klip video musik boy band korea, informan I.2 mulai mengasah pemahaman mengenai bahasa korea baik dalam menulis huruf, memahami hingga belajar bicara korea, dalam menonton film lambat laun informan I.2 juga tertarik untuk belajar bahasa lain seperti bahasa Jepang dan bahasa inggris.

*“iya aku juga dulu otodidak bisa nulis, trus belajar ngomong, keterusan sampe sekarang. Trus pas nonton film jadi malah tertarik belajar bahasa yang lain juga kayak bahasa inggris sama jepang gitu”<sup>151</sup>*

Selain tertarik dalam bahasa asing, informan I.2 mengatakan dengan menonton film juga dapat mengetahui fenomena serta kebudayaan yang ada di negara lain.

*“aku bisa ngelihat apa yang engga pernah aku lihat, ga cuman disekitarku tapi ternyata di bagian dunia lain pernah terjadi kayak gitu, trus tau kebudayaannya juga kayak di Jepang ada tu yang namanya kimono itu pakaian tradisionalnya Jepang”<sup>152</sup>*

Adapun informasi yang didapatkan dari menonton film online cukup beragam mulai dari kebudayaan, bahasa, kebiasaan, hingga tren fashion. Namun terdapat satu informan yang mengatakan bahwa menonton film kurang dalam memenuhi kebutuhannya akan informasi, hal tersebut diutarakan oleh informan I.4

*“Sebenarnya kalo aku nonton fokusnya ke alur ceritanya, jadi menurutku kalo untuk kebutuhan informasi kurang si lebih ke buat hiburan aja”<sup>153</sup>*

Dalam artian ini informan I.4 yang merupakan salah satu informan

---

<sup>150</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>151</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>152</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>153</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

kurang memenuhi kebutuhannya dalam hal informasi karena ia lebih terfokus pada alur film yang ia tonton sebatas hiburan semata. Yang artinya resti tidak adanya kepuasan atas kebutuhan informasi atau kebutuhan kognitif ini.

Hasil wawancara menunjukkan setidaknya ada tiga informan yang mengakui bahwa menonton film online dapat memenuhi serta puas terhadap kebutuhannya akan informasi atau yang biasa disebut dengan kebutuhan kognitif.

## 2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan hal-hal yang menyenangkan, emosional, serta pengalaman yang estetik.<sup>154</sup> Keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipenuhi melalui media.<sup>155</sup> Media yang menawarkan layanan seperti layanan menonton film menjadi tempat bagi penikmat film.

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan menyebutkan bahwa semua informan pernah mencoba aplikasi layanan film online lebih dari satu aplikasi, namun saat ini keempat informan memutuskan untuk berlangganan pada salah satu aplikasi yang pernah mereka gunakan dengan beberapa alasan seperti lebih nyaman menggunakan aplikasi yang mereka pilih saat ini hingga selisih biaya yang dikeluarkan untuk berlangganan.

Menonton film online mampu membawa keempat informan merasakan perasaan emosional yang beragam, seperti sedih, bahagia, perasaan takut, hingga marah yang ditimbulkan akibat menonton film online tersebut sesuai dengan jenis dan juga genre pada alur film online yang mereka pilih. Dimana contoh perasaan sedih dapat ditimbulkan dari alur cerita yang menggambarkan penderitaan seseorang yang ditonton, perasaan takut ketika menonton film horror dan lain sebagainya. Selain itu, keempat informan juga menyebutkan dari mereka menonton film online mampu menentukan apa yang mereka minati, mulai dari actor yang dijadikan role

---

196. <sup>154</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

<sup>155</sup> Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm 22-24

model, trend fashion dalam film, trik kecantikan dan lain sebagainya.

Informan I.1 tertarik untuk mengikuti tips-tips yang pernah ditayangkan dalam film online guna memenuhi keinginannya yang melihat keindahan badan dari aktris yang menayangkan tips tersebut.

*“Pas nonton film waktu itu, aku pernah ngikutin tips biar langsing gitu, aku kan tertarik jadi emang aku praktekin juga tips itu”<sup>156</sup>*

Meskipun informan I.4 lebih selektif dalam menonton film yang akan ditonton, informan I.4 mengakui bahwa pemilihan film online yang akan ditonton jika actor yang disukai berperan dalam film.

*“Sebenarnya aku orang yang suka pilih-pilih film yang pengen aku tonton, tapi kalo semisal ada actor kesukaan aku yang main ya aku pasti nonton gitu”<sup>157</sup>*

Sama halnya dengan informan I.4, informan I.3 juga mengungkapkan hal yang sama tak terkecuali dengan keindahan yang ditambihkan dalam film seperti kecantikan dan fashion yang menurutnya menarik.

*“Iya aku kadang nonton itu liat aktornya juga, kesukaanku bukan trus kalo ganteng/cantik aku tonton juga, terus kadang kalau menurutku fashionnya bagus aku juga suka ngikutin gaya pakaiannya itu”<sup>158</sup>*

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa menonton film online dapat memenuhi kebutuhan afektif keempat informan, serta mampu mengetahui minat mereka terhadap apa yang mereka tonton.

### 3. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan pribadi secara integratif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan status individu seperti kredibilitas, stabilitas dan kepercayaan terhadap individu<sup>159</sup> yang bermula dari keinginan individu untuk mencapai

---

<sup>156</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>157</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

<sup>158</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

<sup>159</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

self-esteem.

Dari keempat informan, salah satu informan yakni I.2 mengatakan lebih bisa menghargai dirinya sendiri setelah menonton film

*“pernah ngerasa kok aku doang yang kayak gini, kok aku aneh ya, trus pas nonton film reapply 1998 jadi kayak ngerasa ada temennya gitu, kalo penulis kan biasanya reseach film yang mereka tulis kan pasti ada tokoh inspirasi didalamnya entah itu dia sendiri atau lingkungannya, jadi itu ya menghibur lah, bikin aku lebih bisa hargain diri aku sendiri”<sup>160</sup>*

Sedangkan ketiga informan lainnya yakni I.1, I.3 dan I.4 tidak merasakan bahwa menonton film online dapat memenuhi kebutuhan integrative individu mereka. Dan ini dapat diambil kesimpulannya bahwa salah satu informan yakni dengan menonton film I.2 dapat melakukan kebutuhan integrative individunya, sedangkan informan yang lain tidak dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan integrative mereka.

#### 4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan ini dikatakan sebagai kebutuhan yang berhubungan dengan teman, keluarga, atau orang lain agar terjalin hubungan yang lebih erat.<sup>161</sup> Diartikan dengan bentuk interaksi atau komunikasi dengan pengguna lain.

Wawancara yang dilakukan pada keempat informan memberikan hasil yang berbeda, dimana ketiga informan yakni I.1, I.2, I.3 menyebutkan dari menonton film online mampu membuat mereka lebih mudah untuk berinteraksi dengan teman hingga keluarga. Dari hasil wawancara, ketiga informan dapat berinteraksi dengan teman maupun keluarga mereka didasari dengan interaksi yang beragam, seperti menyarankan judul film online yang menurut mereka menarik untuk ditonton, membahas mengenai alur film online yang mereka tonton, serta nyaman ketika bercerita mengenai film.

Dari hasil wawancara yang didapat, berawal dari dikenalkannya film

<sup>160</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>161</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

online oleh ayahnya informan I.1 dan I.2 mengatakan hubungan antara mereka dengan keluarganya cukup dekat apalagi dengan adanya film online.

*“malah keluargaku itu yang bikin aku sama hani suka banget sama filmkan”<sup>162</sup>*

Selain ayahnya, kakak dari informan I.1 dan I.2 juga sering meminta pendapat ataupun saran mengenai film yang menarik untuk ditonton keluarga.

*“karena dulu waktu pandemic itu kan semua serba di rumah, kadang sebelum makan kakakku minta rekomendasi film buat nonton bareng”<sup>163</sup>*

*“kalo pas di rumah aku sama hani keluarga sering bareng-bareng nonton film”<sup>164</sup>*

Dengan menonton film, informan I.3 mengatakan mampu lebih dekat dengan saudaranya yakni keponakan dan sepupu yang sebelumnya jarang berkomunikasi dengannya

*“iya pas pandemi kan dirumah, jadi keluarga juga kumpul kan, nah aku juga sering nonton bareng ponakan sama sepupu, soalnya kan mereka juga suka film, jadi nonton film horror bareng-bareng, disitu kita jadi makin dekat”<sup>165</sup>*

Selain itu, informan I.1 dan I.2 menambahkan untuk berinteraksi dengan teman, menonton film dikatakan sangat membantunya untuk bersosialisasi dengan sekitar.

*“aku itu tipe orang yang gamau mengawali percakapan kan, tapi kalo*

---

<sup>162</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>163</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>164</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>165</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

*untuk interaksi sama temen trus mereka mau tanya film pasti kayak temen sekelas langsung ke aku, dan menurutku film membantu aku si”<sup>166</sup>*

Berbeda dengan I.1, I.2 lebih terbuka untuk memulai percakapan dengan orang lain.

*“sama kayak hani cuman aku lebih cerewet dibanding hani, jadi aku juga sering nyuruh temenku buat nonton film yang sama kayak aku, di luar itu sama kata hani kalo film emang membantu banget buat aku bersosialisasi sama temen-temen”<sup>167</sup>*

Ketiga informan dapat dikatakan mampu melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan anggota keluarga serta teman/pengguna lain. Berbeda dengan salah satu informan yakni I.4, menyebutkan tidak mampu melakukan interaksi ataupun berkomunikasi dengan pengguna lain, dengan alasan yang mendasari kenapa tidak berinteraksi dengan keluarga ataupun pengguna lain yakni terdapat cara lain selain menonton film online ataupun membahas mengenai film yang lebih nyaman untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan anggota keluarga, teman ataupun pengguna lain.

*“Diantara semua keluargaku bisa dibilang cuman aku sama mas doang yang suka nonton film, jadi ya kalau untuk komunikasi sama keluarga lebih suka ngobrol hal lain selain ngomongin film”<sup>168</sup>*

Dari hasil wawancara keempat informan, tiga diantaranya I.1, I.2 dan I.3 memenuhi kebutuhan dan kepuasan integrasi sosial dengan pengguna lain, khususnya keluarga. Sedangkan salah satu informan yakni I.4 tidak melakukan kebutuhan tersebut.

##### 5. Kebutuhan Pelepasan

Kebutuhan pelepasan ini merupakan kebutuhan yang berhubungan untuk menghindari tekanan, ketegangan dan keinginan yang bermacam-

<sup>166</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>167</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>168</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

macam<sup>169</sup> yang dapat dikatakan sama halnya dengan kebutuhan untuk mencari hiburan.

Data yang telah terkumpul dari wawancara dengan keempat informan menyebutkan salah satu alasan dan bahkan dapat dikatakan sebagai alasan utama mereka menggunakan aplikasi serta mengakses film online merupakan sebuah kebutuhan akan hiburan untuk mengisi waktu senggang mereka ketika tidak memiliki kesibukan ataupun kegiatan lain, hingga menghilangkan rasa bosan.

Informan I.2 menyebutkan keinginan untuk menonton jenis film lain yang sebelumnya tidak ada dalam aplikasi yang informan gunakan, untuk itu I.2 mencari aplikasi lain untuk memenuhi keinginannya untuk menonton film yang diinginkan.

*“waktu itu aku pindah dari viu ke Disney+ itu pengen nonton film barat, karena drama yang aku tonton di viu juga udah selesai juga semuanya trus bosan dan waktu itu ada yang pengen aku tonton di Disney+”<sup>170</sup>*

Hiburan dibutuhkan I.1 disaat sedang tidak memiliki kegiatan dalam artian memiliki waktu luang.

*“kalo untuk hiburan si pasti iya, apalagi kalo gaada kegiatan gitu bingung mau ngapain selain dengerin music ya pastin nonton film”<sup>171</sup>*

Sependapat dengan informan I.1, I.4 juga menyebutkan hal yang sama dalam menonton film

*“yang jelas emang langganan aplikasi sama nonton biar aku ga bosan aja, trus buat hiburan aja si”<sup>172</sup>*

Selain untuk mengisi waktu luang, informan I.3 menyebutkan menonton film dapat mengurangi tekanan dan tingkat stress yang

<sup>169</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

<sup>170</sup> Wawancara dengan Hanifah Asjad pada tanggal 17 September 2022

<sup>171</sup> Wawancara dengan Hanifah Abir pada tanggal 17 September 2022

<sup>172</sup> Wawancara dengan Resti pada tanggal 23 September 2022

dialaminya akibat memiliki banyak tugas.

*“kemaren stess nugas, karena kebanyakan tugas jadi gatau mau ngerjain yang mana dulu, yaudah aku nonton film buat balikin mood”<sup>173</sup>*

Dari keempat informan yang diwawancarai, dua diantaranya yakni I.1 dan I.2 memiliki waktu tertentu untuk menonton film online, yakni di pagi dan di malam hari. Selain itu, I.3 dan I.4 dapat menonton di waktu kapan pun selagi tidak memiliki kesibukan atau kegiatan lainnya terutama di malam hari.

Selain yang disebutkan pada tabel, terkadang informan juga menonton genre film yang biasa informan tonton yang menurutnya menarik untuk ditonton guna menghibur di waktu senggang mereka. Dapat disimpulkan bahwa keempat informan merasa puas menonton film online sebagai pemenuhan kebutuhan pelepasan.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan bahwa keempat informan mengatakan bahwa menonton film online dapat dijadikan sebagai pelepas tekanan atau hiburan. Dimana hal tersebut dapat dijelaskan bahwa keempat informan mengakses aplikasi dan menonton film online dikala senggang dan sedang tidak melakukan aktivitas atau kegiatan lain.

Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan pelepasan, dapat diambil kesimpulan bahwa keempat informan merasa puas menonton film online sebagai pemenuhan kebutuhan pelepasan.

---

<sup>173</sup> Wawancara dengan Dina pada tanggal 19 September 2022

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Motif menonton film online pada mahasiswa cukup bervariasi, baik untuk motif mendapatkan informasi, motif akan identitas pribadi, motif akan integrasi dan interaksi sosial maupun motif mendapatkan hiburan. Setelah melakukan analisis data mengenai motif penggunaan media aplikasi penyedia film untuk menonton film online di kalangan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Peneliti telah mewawancarai informan yang berjumlah empat informan dimana tiga merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan diantaranya satu merupakan mahasiswa Fakultas Tarbiyah.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi memunculkan jenis media baru yaitu media penyedia atau platform film online. Aplikasi penyedia film atau yang sering disebut dengan VOD ini merupakan *system* untuk menonton tayangan video secara interaktif dimana pengguna dapat dengan bebas memilih tayangan yang diinginkan serta mengendalikan tayangan tersebut seperti *pause, fast forward, fast rewind, slow forward, dan slow rewind.*

Menurut McQuail dkk adapun motif penggunaan media yakni motif mendapatkan informasi, motif akan identitas pribadi, motif akan integrasi dan interaksi sosial maupun motif mendapatkan hiburan. Dimana dari hasil wawancara menyebutkan bahwa hanya informan I.1 dan I.2 menyatakan menggunakan motif mendapatkan informasi dan motif akan integrasi dan interaksi sosial sedangkan I.3 dan I.4 tidak menggunakan motif tersebut. Dalam motif akan identitas pribadi hanya I.3 yang menggunakan motif ini, sedangkan motif yang digunakan semua informan dalam menonton film yakni motif mendapatkan hiburan. Selain itu, adapun perilaku dalam menonton film online dari hasil wawancara memiliki frekuensi yang berbeda, dimana I.3 setiap

hari dapat menonton film sedangkan I.1, I.2 dan I.3 memiliki frekuensi yang sama yakni 3-4 kali dalam seminggu dan dari hasil penelitian ini menunjukkan, waktu yang lebih banyak diluangkan untuk menonton film online yakni pada malam hari dengan genre yang sering ditonton keempat informan yakni genre film action. Dimana keempat informan memiliki kebiasaan yang lebih dominan untuk menonton film online secara sendiri, selain itu dari keempat informan, I.1 dan I.2 seringkali menonton film online bersama keluarga, sedangkan I.3 dengan saudara. Walaupun begitu keempat informan mengatakan bahwa kamar tidur merupakan tempat yang paling dominan atau paling sering digunakan untuk menonton film online. Tak hanya itu, I.1 dan I.2 juga sering menonton di ruang tamu dikarenakan tempatnya yang cukup luas untuk menonton bersama-sama, selain itu I.3 juga menyebutkan kampus menjadi tempatnya mengakses film online.

Dalam teori *uses and gratification* kebutuhan terbagi menjadi 5 yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan. Berdasarkan hasil analisis mahasiswa menggunakan 5 kebutuhan tersebut, dapat diambil kesimpulan dalam menggunakan kebutuhan kognitif informan I.1, I.2 dan I.3 merasa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Kebutuhan afektif, informan dapat mengakses hal-hal yang mereka senangi, selain itu informan juga mendapatkan pengalaman emosional yang berupa senang, sedih dan emosi. Dan juga mengetahui minat yang mereka sukai yang berhubungan dengan hal-hal yang disukai. Kebutuhan integrasi personal, informan I.2 dapat memenuhi kebutuhan ini. Kebutuhan integrasi sosial terpenuhi informan I.1, I.2 dan I.3 dapat berinteraksi dengan pengguna lain hal yang mendasari adanya interaksi dengan pengguna lain yaitu karena hobi yang sama dan juga untuk sharing-sharing. Kebutuhan pelepasan, keseluruhan informan menggunakan dan terpuaskan akan kebutuhan pelepasan ini, dimana informan dapat memilih film yang nantinya akan mereka tonton untuk

mengisi waktu luang.

Adapun dampak yang ditimbulkan dalam menonton film online pada informan yakni adanya pemahaman serta penguasaan terkait bahasa Korea, dimana informan mampu untuk menulis *Hangeul* (Bahasa Korea) serta pemahaman terkait tata bahasa dan mampu berbicara bahasa korea dengan pelafalan yang sederhana.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang sudah dilakukan peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran:

1. Bagi subyek penelitian mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, penulis berharap agar selalu bisa mempertimbangkan dan menyaring film yang akan di tonton dengan baik karena pada dalam film tidak dapat dipungkiri dengan adanya perilaku yang dapat menimbulkan perilaku negative bagi penonton. Dengan itu, diharapkan mahasiswa dapat mengambil sisi positif dari menonton film dan tidak menggunakan aplikasi menonton film secara berlebihan, serta tidak mengganggu aktivitas lainnya karena terlalu asik dalam menonton film.
2. Bagi peneliti selanjutnya, semoga setelah ini penelitian dapat meneliti motif dan perilaku mahasiswa ditinjau dari teori yang lain seperti teori komunikasi yang lain seperti Teori Psikologi Media, Teori Lasswell, Teori Agenda Setting ataupun menggunakan teori komunikasi yang lain.

## **C. Penutup**

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi walaupun banyak kekurangan dan keterbatasan. Dengan adanya skripsi ini penulis berharap dapat memberikan ilmu bermanfaat bagi pembacanya dan juga menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Nurul Muthia. Perilaku Masyarakat Dalam Menonton Tayangan Channel Youtube Mistik Jurnalrisa (Studi Deskriptif di Kota Makassar). Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- [APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](http://dataindonesia.id) Diakses pada 30 Agustus 2022.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [Arti kata film - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#) Diakses pada 11 September 2022.
- [Arti kata genre - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#) diakses pada 12 September 2022.
- Audinovic, Vizcardine. 2012. Pengaruh penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perubahan Prilaku Mahasiswa Dalam Interaksi Sosial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2008 universitas Muhammadiyah Malang). Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Azwar, Saifudin. 2002. Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Darsun Hidayat, dkk, Teori Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [Demam Streaming di Tengah Pandemi | kumparan.com](#) Diakses pada 24, Agustus 2022.
- Elvinaro Ardianto, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Erlina, Titik. 2017. Motif dan Kepuasan Menonton Serial Lonceng Cinta Di ANTV (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Kelompok Ibu Pengajian Masjid An-Nur Rt 23 / Rw 05, Jatimulyo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalgrejo, Yogyakarta). Skripsi IAIN Surakarta.
- [Faktor Situasional dalam Psikologi Komunikasi - DosenPsikologi.com](#) Diakses pada 9 September 2022.

[FILM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA ~ librarian.id](#) Diakses pada 11 September 2022.

Ginting, Rickwan Joverson. 2020. Perilaku Konsumtif Menonton Youtube Pada Kalangan Mahasiswa Di Surabaya. Skripsi Universitas Airlangga Surabaya.

Gunawan, Like. 2016. Motif Dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di MetroTV Jawa Timur, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 2, No. 1. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Hamidati, Anis. 2011. Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Hasiholand, Vincent, dkk. 2021. Pengaruh Covid-19 Terhadap Penggunaan Media Sosial, *Journal Of Development and Soscial Chane*, Vol 4, No. 1. p-ISSN 2614-5766, diambil dari <https://jurnal.uns.ac.id/jodasc>.

Hidayat, Syarif . 2021. Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Skripsi. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

HR. Muslim, no.2363 diambil dari <https://rumaysho.com/13101-ilmu-dunia-engkau-lebih-paham.html>. Diakses tanggal 3 Juni 2022.

<https://theasianparent.com/aplikasi-nonton-film-terbaik-legal> Diakses pada 30 Agustus 2022.

Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*, Medan: USU Press.

Kast, James E. 1995. Rosenzweig Fremon E, *Organisasi Dan Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.

[Karya Tulis Ilmiah DAMPAK MENONTON FILM KARTUN | Inge Marisyuanda](#) ). Diakses pada 30 Agustus 2022.

Kusuma, Nurlaila, Hadiyanto. 2015. *Perilaku Menonton dan Kepuasan Petani Terhadap Program Merajut Asa di Televisi TV Trans7*. Jurnal Penyuluhan, Vol.11 No.1. Bogor: Institute Pertanian Bogor.

[Layanan "streaming", tantangan dan peluang perfilman Indonesia - ANTARA News](#) Diakses pada 13 September 2022.

Maros, Fadlun, dkk. 2016. Penelitian Lapangan(*Field Research*) Pada Metode Kualitatif. Sumatra:Universssitas Sumatra Utara.

Masriah, Imas. 2018. Perilaku dan Motif Pada Guru Dalam Menonton Televisi di Dua Tipologi Desa Di Kabupaten Bogor, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol 5, No. 1. Banten: UNPAM.

McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.

Miranda, Nadia. 2010. Perbandingan Motivasi Dan Perilaku Menonton Televisi Publik Dan Swasta. Skripsi Institute Pertanian Bogor.

[Mengenal Perilaku, Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku, Dominan Perilaku, dan Proses Terjadinya - Universitas Psikologi](#) Diakses pada tanggal 8 September 2022.

Murdiyanto, Eko. 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Yogyakarta Press.

Nabila, Anna Rifa, Mohamad Syahriar Sugandi. 2020. Pengaruh Perilaku Menonton Tayangan Kekerasan Terhadap Agresivitas Penonton Remaja (Studi Eksplanatif Menonton Tayangan Kekerasan dalam Film “Joker” Terhadap Agresivitas Penonton Remaja di DKI Jakarta), *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 10, No. 2.

Nando, Nurmala K. Pandjaita. 2012. Hubungan Antara Perilaku Menonton Film Kekerasan Dengan Perilaku Agresi Remaja, *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 6, No. 1. Bogor : Institute Pertanian Bogor.

Notoatmojo, Soekidjo. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

\_\_\_\_\_. 2007. Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

[OSF Preprints | Sirkulasi film platform streaming di Indonesia](#) Diakses pada 13 September 2022.

Palaivi, Fakhriza, dkk. 2018. Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Dalam Pemanfaatan Media Video Online Dengan Pendekatan Uses and Gratification, *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*. Vol. 2, No. 1, Malang: Universitas Malang.

Prabowo, Rahmadi. 2009. Analisis Loyalitas Pengguna Layanan Video on Demand Berlangganan Netflix Menggunakan *Extended Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2)*, Skripsi UIN Syarif

Hidayatulloh Jakarta.

Pratama, Devi Ratma. 2021. Perilaku Komunikasi Anak Dalam Gaya Bahasa Melayu Pada Tayangan Upin&Ipin (Studi Pada Murid SDN 210 Lemahabang di Kabupaten Lawu Utara). Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar.

[Pengertian Film Menurut Para Ahli adalah | Dilihatya](#) Diakses pada 12 September 2022.

[Pengertian Emosi, Macam-Macam Emosi, & Emosi Positif Negatif \(gramedia.com\)](#) diakses pada 9 September 2022.

[Pengertian Film - Sejarah, Fungsi, Jenis, Unsur dan Contoh Genre - Jagad.id](#) Diakses pada 10 September 2022.

[Pengertian Perilaku Adalah : Menurut Para Ahli, Proses Tejadinya, Faktor-faktor yang mempengaruhi, Jenis-jenis, Bentuk-bentuk, dan Proses Pembentukan Perilaku | Informasi Dunia Pendidikan \(referensiswa.my.id\)](#) Diakses pada tanggal 8 September 2022.

[Pengertian Perilaku, Bentuk, Jenis, Faktor Beserta Contoh \(pendidikan.co.id\)](#) Diakses pada 1 September 2022.

[Pertumbuhan Platform Streaming Film Online di Asia Tenggara Halaman 1 - Kompasiana.com](#)

Diakses pada 12 September 2022.

Profita, Rizka Perdina. 2015. Identifikasi Motif menonton Tayangan Program Televisi “Laptop Si Unyil” Trans7 Pada Siswa SDN 010 Kec. Samarinda Utara Kel. Sungai Pinang Dalam Samarinda, *e-journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 4, Samarinda: Universitas Mulawarman, 2015.

Rahkmad, Djalaludin. 1992. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Romli, Khomsahrial. 2016. KOMUNIKASI MASSA. Jakarta: PT Grasindo.

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sarwono, Sarlito Wirawan. 1991. Pengantar Ilmu Psikologi. Jakarta: PT. Bulan Bintang.

Samsu. 2017. Metode Penelitian. Jambi: Pustaka Jambi.

[Sejarah Perfilman Indonesia dan Perkembangannya - PakarKomunikasi.com](#)

Diakses pada 11 September 2022.

Sintiawati, Nani. 2020. Perilaku Masyarakat dalam Menggunakan Media Digital di Masa Pandemi, *Jurnal AKRAB*. Vol. XI Edisi 2.

Sobur, Alex. 2013. Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah. Bandung: CV Pustaka Setia.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. 2014. Motif dan Pola Menonton Siaran Stasiun TV Swasta Nasional Di Kalangan Mahasiswa FIKOM UBHARA JAYA, *Jurnal Komunikologi*, Vol. 11, No. 2, Jakarta: Universitas Esa Unggul Jakarta, 2014.

Suparno, Basuki Agus, dkk. 2016. Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan. Surakarta: UNS Press.

Suryobroto, Sumadi. 1998. Psikologi Kepribadian. Jakarta: CV. Rajawali.

Syahreza, M. Fachri, Irwan Syari Tanjung. 2018. Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED, *Jurnal Interaksi*, Vol. 2, No. 1. Medan: UNIMED.

Syarifah, Ani Ziadatus. 2017. Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea (*Uses And Gratification* Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Surakarta), Skripsi IAIN Surakarta.

Tu'u, Tulus. 2004. Peran Disiplin Pada Perilaku dan Persetasi Siswa. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

[Video on Demand dan Penerimaannya oleh Masyarakat Indonesia | DailySocial.id](#) Diakses pada 13 September 2022.

Wibowo, Tangguh Okta. 2018. Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, Yogyakarta: UGM.

Williny, dkk. 2019. Analisis Komunikasi di PT. Asuransi Buana Independent Medan, *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 3, No.1, Medan: Akademi Sekretari dan Manajemen Cendana.

Zamroni, Muhammad. 2009. *Filsafat Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.