

BAB I

PENDAHULUAN

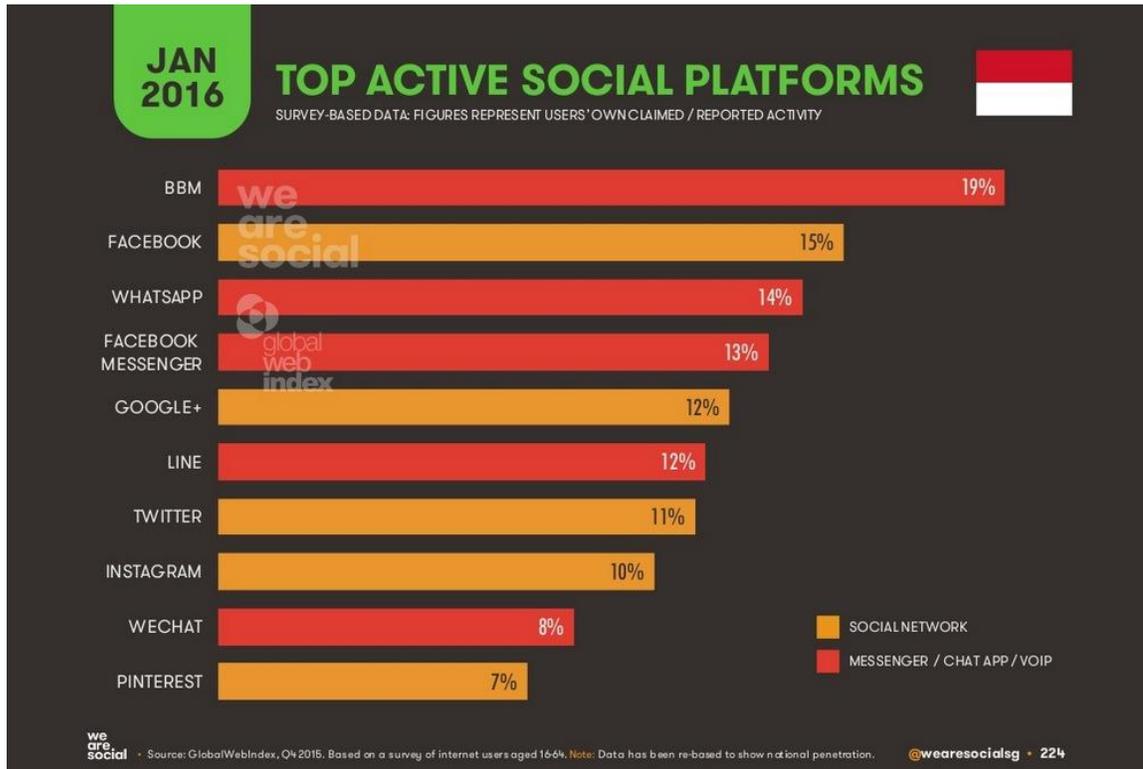
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini didukung oleh adanya fasilitas internet yang dapat memudahkan masyarakat dalam proses berinteraksi, sampai dengan tukar-menukar informasi dan pesan. Internet memberi kemudahan penggunaannya dalam mengakses berbagai hal. Internet adalah suatu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap. Dan, terbukti bahwa internet dilihat sebagai media maya yang dapat menjadi rekan bisnis, politik, sampai hiburan. Semuanya tersaji lengkap di dalam media ini (Sidharta, 1996).

Seiring berkembangnya waktu dan teknologi, internet menyediakan beragam cara untuk menghubungkan masyarakat dari berbagai belahan dunia, salah satunya dengan adanya media sosial. Media sosial merupakan suatu media maya yang disediakan untuk memudahkan manusia di seluruh dunia saling berinteraksi dan membagi informasi dengan yang lainnya. Salah satu media sosial untuk berkomunikasi yang dikenal saat ini adalah media sosial LINE. Media sosial LINE merupakan sebuah media komunikasi dan informasi yang sangat diperlukan oleh semua kalangan, dari kalangan anak-anak hingga orang tua, pekerja dan pelajar. Banyak manfaat media sosial LINE bagi penggunanya, diantaranya adalah sebagai sarana penyampaian pesan, diskusi di sesama pengguna media sosial LINE lebih cepat, mudah, ekonomis, akurat mudah dikelola serta nyaman. Sekarang ini, orang lebih banyak menggunakan media sosial LINE karena penggunaannya lebih mudah dan fiturnya pun beragam.

Gambar 1.1

Grafik Jenis Sosial Media Favorit di Indonesia Tahun 2016 (Dalam Jutaan)



(Sumber: <https://id.techinasia.com> diakses pada tanggal 20 April 2016 pukul 11.57 WIB)

Data diatas menunjukkan LINE berada pada peringkat ke-6 dengan akun kepemilikan sebanyak 12%. LINE adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smartphone, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna LINE dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara,

dan lain lain. Pendiri aplikasi LINE adalah Lee Hae Jin, seorang lulusan sarjana teknis di Seoul National University yang berkebangsaan Korea Selatan dan memulai karirnya di Samsung SDS, anak usaha dari Samsung Group. LINE dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation atau yang biasa dikenal dengan Naver. LINE pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut LINE masuk dalam sistem operasi besutan BlackBerry. Lalu pada tahun 2012, LINE resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows.

Dan seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat dunia yang sekarang menjadi lebih aktif daripada sebelumnya atau yang biasa dikenal dengan *mobile society* mendorong adanya banyak penemuan media baru yang dapat mendukung aktivitas atau kegiatan sehari-hari masyarakat dunia disela-sela padatnya waktu pekerjaan. Salah satunya adalah berkembangnya fitur yang disediakan oleh LINE pun menjadi semakin beragam. Pada awalnya LINE hanya mengizinkan penggunanya untuk berkirim pesan, gambar, video dan panggilan melalui smartphone mereka, hingga berkembang menjadi sebuah sosial media yang memberi fasilitas sebagai media promosi bagi pengguna LINE yang menggunakan akunnya untuk berjualan.

Naver sebagai induk perusahaan LINE meluncurkan layanan terbaru tahun 2014 secara global yang dinamakan LINE *Webtoon*, yang sekarang sudah berkembang menjadi platform *webtoon* terbesar di Korea dengan pengguna yang mencapai lebih dari 6,2 juta setiap harinya. Layanan *LINE Webtoon* terjemahan yang gratis ini membawa *webtoons* menjadi sebuah bagian dari Korean Wave yang mendunia.

Hadirnya fitur ini membuat sebuah perbedaan yang sangat jelas terlihat, terutama dari perubahan kebiasaan yang terjadi disekitar kita dari segi pembaca komik. Jika pada 10 tahun yang lalu, manusia berbondong-bondong mendatangi toko buku untuk sekedar mencari buku komik favorit mereka yang baru saja mengeluarkan series terbarunya,

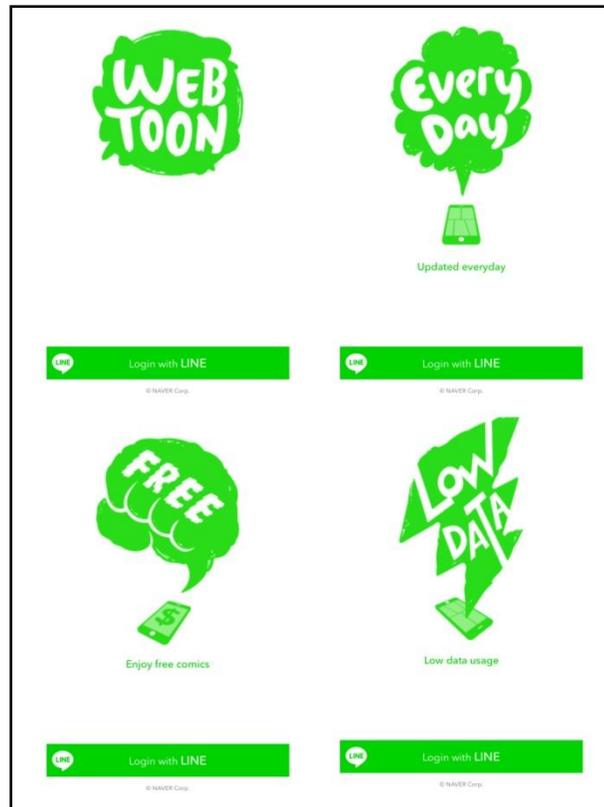
sekarang hanya dengan gadget maka mereka sudah dapat mengakses bacaan apapun yang mereka suka. Perbedaan lain yang jelas terlihat adalah, jika dulu komik hanya bersifat satu arah yaitu pembaca tidak dapat mengomentari hasil yang ditulis oleh penulis komiknya, sekarang dengan menggunakan gadget saja, pembaca dapat memberi saran dan kritikan untuk penulisnya. Melihat fenomena seperti ini merupakan salah satu bukti kuat adanya perubahan yang terjadi akibat konvergensi media, dimana menurut Henry Jenkins dalam bukunya "Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide". NYU Press, New York. 2006 yang dikutip dalam Rico dan Fuady (2015:26), menyatakan bahwa konvergensi media adalah : " Aliran konten di platform beberapa media, kerja sama antara industri beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media."

Webtoon adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan *webcomics* Korea Selatan atau manhwa yang dipublikasikan secara *online*. Di Indonesia sendiri, penikmat komik *online* dapat menikmati *webtoons* melalui aplikasi *LINE Webtoon* yang dapat diunduh secara gratis baik melalui perangkat android maupun iOS. Di Korea sendiri, *webtoon* telah ada sejak tahun 2003 yang pertama kali dibuat oleh web portal Daum, lalu disusul oleh Naver pada tahun 2004. Pada Juli 2014, Naver telah menerbitkan 520 *webtoons* sementara Daum telah menerbitkan 434 buah. Sejak awal 2010, layanan seperti Tapastic dan *LINE Webtoon* mulai resmi menerjemahkan *webtoons* ke dalam bahasa Inggris. Contoh *webtoons* populer yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris adalah *The Breaker*, *Girls of the Wild's*, *The Gamer*, *Noblesse*, and *Tower of God*. Dalam beberapa tahun terakhir, *webtoons* ini telah mendapatkan popularitas di pasar Barat, menyaingi manga Jepang.

Alasan peneliti memilih *LINE Webtoon* adalah antara lain karena hanya dengan memiliki akun jejaring social *LINE*, pengguna sudah dapat menikmati *webtoons* di *LINE Webtoon* secara gratis.. Saat ini *LINE Webtoon* dapat diakses melalui semua perangkat android, dan juga iOS. *LINE Webtoon* memberikan *update* komiknya secara berkala

dengan memberikan fitur komik berwarna (full-color) yang membuat *webtoon*-nya lebih nyaman dibaca. *Webtoon* yang disediakan pun memiliki genre yang beragam.

Gambar 1.2
Tampilan LINE *Webtoon*



(Sumber: LINE Webtoon diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 12.50 WIB)

Alasan kedua adalah menurut artikel yang dikutip dari *iibf.id* dan *detikhot.com* kepopuleran *webtoon* di Indonesia membuat para penulis dan penerbit Korea diundang dalam acara Indonesia International Book Fair (IIBF) 2015. Indonesia

International Book Fair (IIBF) adalah pameran tahunan yang diselenggarakan oleh Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI). Tahun 2015 lalu, IIBF digelar di Cendrawasih Room Jakarta Convention Center (JCC). Alasan Korea diundang sebagai bintang tamu di tahun 2015 sendiri disebabkan karena pada acara IIBF tahun 2014 lalu, stand Korea sangat ramai oleh pengunjung, serta meraih predikat sebagai stand favorit pada acara tersebut. Dalam acara yang diselenggarakan pada 2-6 September 2015 ini terdapat beragam kegiatan yang berhubungan dengan budaya Korea, seperti menampilkan Korean Traditional Handwriting (Calligraphy), Korean Musical, Festival Puisi Korea, hingga berbagai macam Talkshow yang menginspirasi yang menjadikan penerbit asal Korea sebagai narasumber.

Tidak hanya itu, menurut artikel yang dikutip dari *tekno.kompas.com*, LINE mengadakan sayembara untuk menambah jumlah komikus lokal Indonesia yang bekerjasama dengan mereka. Caranya adalah dengan mengadakan sayembara komik serta mendekati kreator-kektor komik yang ceritanya dinilai cocok untuk bergabung dengannya. Sayembara ini diadakan pada tanggal 15 September hingga 15 Oktober 2015 lalu dan pemenangnya adalah Annisa Nisfihani yang berhak menerima kontrak menjadi komikus tetap *Webtoon* dan mengantongi Rp 50 juta rupiah. Annisa sendiri hingga saat ini sudah bekerja sama dengan komikus Indonesia terkenal lainnya seperti Sweta Kartika yang terkenal dengan cerita *webtoonnya* yang berjudul *Piraku X Piraku*.

Tidak hanya Sweta Kartika, melalui *webtoon* 'Si Juki' yang dibuat oleh komikus Faza Meonk berhasil menjadikan Faza Meonk sebagai komikus *webtoon* terkenal di Indonesia. Si Juki sendiri merupakan sebuah komik yang bercerita tentang tokoh Juki, seorang pemuda yang tinggal di rumah kos dan menjalani kesehariannya dengan banyak humor sehingga mudah dimengerti oleh para pembaca muda di perkotaan.

Gambar 1.3

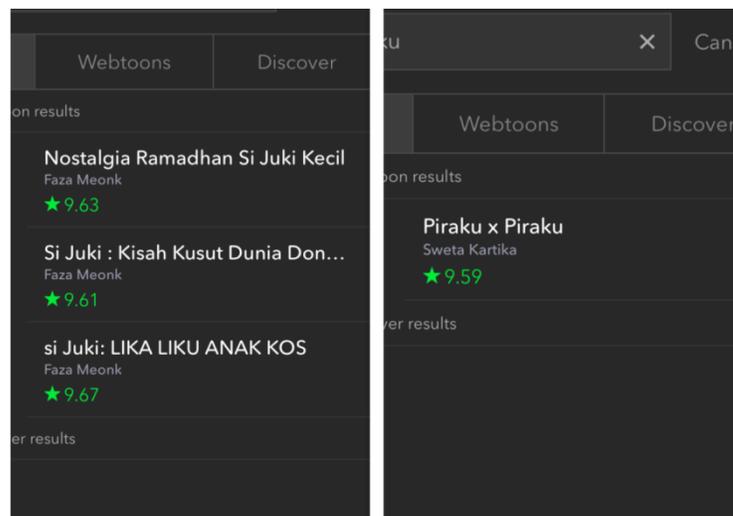
Webtoon Si Juki dan Piraku X Piraku



(Sumber: <http://marketplus.co.id/> diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 13.33 WIB)

Gambar 1.4

Rating Webtoon Si Juki dan Piraku X Piraku

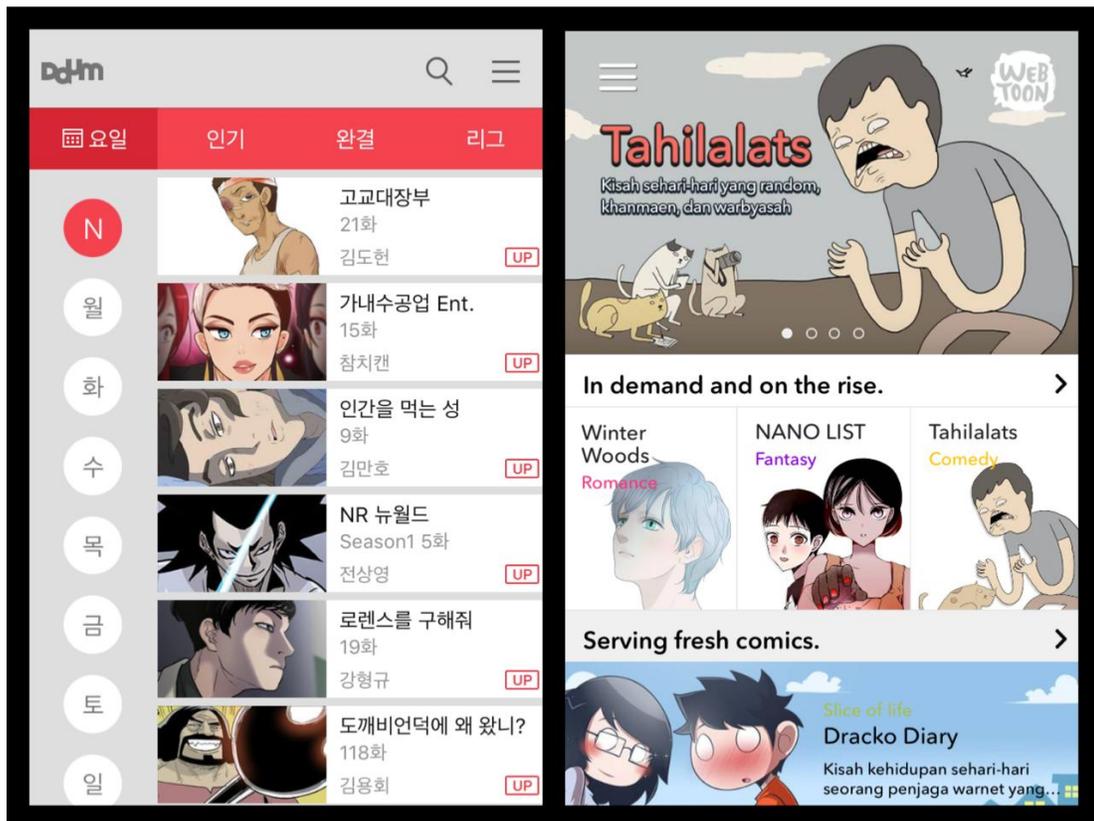


(Sumber: LINE Webtoon diakses pada tanggal 18 April 2016 pukul 13.35 WIB)

Selain itu, alasan peneliti memilih *LINE Webtoon* adalah karena perbedaan yang jelas dirasakan peneliti saat mengakses *LINE Webtoon* yaitu dari segi bahasa yang disediakan. Tidak seperti penyedia *Webtoon* asli Korea Selatan lainnya seperti *DAUM Webtoon* yang hanya menyediakan *webtoon* berbasis bahasa asli korea, *LINE Webtoon* dapat dinikmati oleh setiap orang dengan lima bahasa yang tersedia, yaitu bahasa Korea, Jepang, Thailand, Inggris, dan juga bahasa Indonesia.

Gambar 1.5

Tampilan *DAUM Webtoon* (kiri) dan *LINE Webtoon* (kanan)

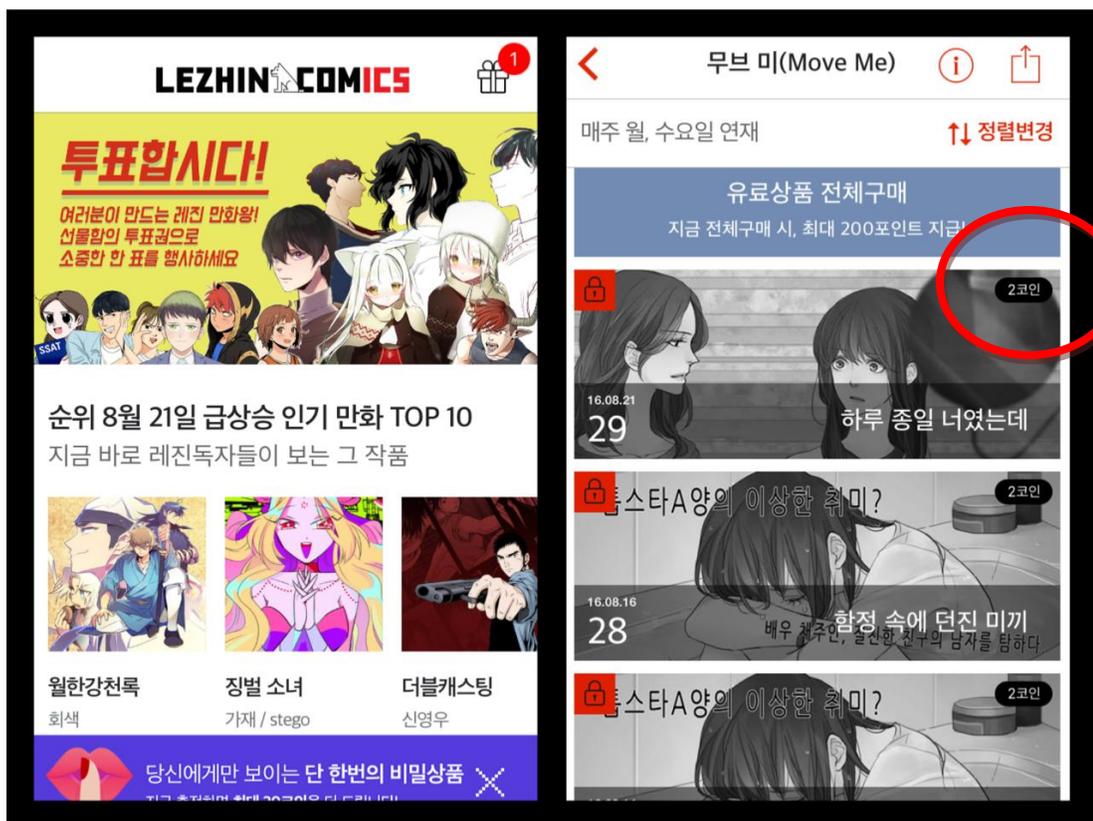


(Sumber: *DAUM Webtoon* dan *LINE Webtoon* diakses pada tanggal 19 Agustus 2016 pukul 06.52 WIB)

Lain halnya dengan *Lezhin Comics* yang juga merupakan kompetitor *LINE Webtoon* sebagai portal bacaan komik online dari Korea Selatan, beberapa *webtoons* yang terdapat di dalam portal komik online *Lezhin Comics* tidak bersifat free-access (menggunakan sistem koin yang dapat dibeli menggunakan sistem transfer) dan mengharuskan penggunanya untuk berdomisili di Korea Selatan untuk dapat mengakses *webtoon*-nya. Berbeda dengan *LINE Webtoon* yang bersifat free-access dan tidak mengharuskan pengguna berdomisili Korea Selatan saja yang dapat menggunakan aplikasinya.

Gambar 1.6

Lezhin Comics tidak free-access



(Sumber: *Lezhin Comics* diakses pada tanggal 19 Agustus 2016 pukul 08.52 WIB)

Pengguna khususnya pembaca, terutama pembaca yang baru menggunakan aplikasi *LINE Webtoon* ini diberikan akses yang mudah untuk menggunakannya dengan beberapa kategori yang disediakan, seperti:

1. *Daily Featured*

Pada *Daily Featured* ini ditampilkan jadwal update setiap komik, mulai dari Senin hingga Minggu akan diisi oleh komik-komik yang update pada hari tersebut. Terdapat juga kolom *Komplit* yang memuat komik-komik yang telah selesai penerbitannya. Pembaca dapat menyortir *Fitur Harian* ini berdasarkan tanggal, rating ataupun tingkat populeritasnya.

2. *Hot and New*

Komik-komik baru dan komik yang sedang sangat naik daun akan diulas didalam kategori ini. Dengan mudah akan pembaca temui komik yang saat ini sedang digemari orang-orang dan komik yang terbaru, jadi pembaca tidak akan ketinggalan membaca komik yang lagi hits.

3. *Popular dan Genres*

Komik yang sedang banyak dibaca oleh orang-orang akan secara otomatis masuk ke dalam kategori *Populer* dan diklasifikasikan berdasarkan jumlah pembaca ataupun pengunduhnya. Urutan peringkat dimulai dari komik yang paling populer dibaca oleh penggunanya. Selain itu terdapat macam-macam genre ada pada aplikasi ini, seperti komik yang bergenre drama, fantasy, komedi, romantis, thriller, dan horror. Pembaca bisa bebas menikmati membaca komik sesuai dengan selera.

Pada *LINE Webtoon*, komunikasi yang terjadi bersifat dua arah. Dalam artian, pembaca tidak menjadi *silent reader*, karena pembaca dapat ikut berpartisipasi dalam kolom komentar yang disediakan. Pembaca dapat meninggalkan komentar berupa saran maupun kritikan, tentunya yang dapat membangun semangat para penulis *webtoon* dalam mengembangkan karyanya.

Gambar 1.7

Contoh Komentar Pembaca *Webtoon*

The image shows a screenshot of a LINE Webtoon comment section. It features four comments from different users, each with a 'Report' link and engagement icons for likes and replies. The comments are as follows:

- Syafira** (Jun 8, 2015): A green 'TOP' icon is next to the comment. The text reads: "Yaelah gan. Kamu kira buat nya ITU semudah lipat kertas APA? Susah tau buat komik kayak gtu. Imajinasi nya harus tinggi. Untuk penggambaran tokoh. Latar nya. Suasana nya. ITU susah gan. Jadi jangan perotes. Jalanin aja cerita nya. Nanti juga tau. Kenapa blsa. Tiba-tiba kayak gtu alur nya. ;). #yangprotesaja". It has 1808 likes and 86 replies.
- Diah Indah Sari H** (Jun 8, 2015): A green 'TOP' icon is next to the comment. The text reads: "Sorry mau sedikit mberitahu ilmu aja, komen bukan untuk membanding bandingkan bahkan menjelek jelekkan karya orang, komen untuk mengasih saran, mengkritik, dan memberi masukan, mengkritik beda loh ya sama menjelek jelekkan. Makasih Lebih cepet updatenya lagi ya min ;)". It has 1525 likes and 148 replies.
- nurul** (19 hours ago): The text reads: "ini komik yang dibikin drama koreanya itu kan yah ?". It has 0 likes and 0 replies.
- like an animal** (1 days ago): The text reads: "ini ada filmnya,gambar aktor aktornya juga mirip sekali". It has 0 likes and 0 replies.
- sherly** (1 days ago): The text reads: "huwaaaaa bagus banget kak komiknya!! KERENNN >.< *heboh*". It has 0 likes and 0 replies.
- sherly** (1 days ago): The text reads: "huwaaaaa bagus banget kak komiknya!! KERENNN >.< *heboh*". It has 0 likes and 0 replies.

(Sumber: LINE Webtoon diakses pada tanggal 20 April 2016 pukul 13.51 WIB)

Banyaknya peminat LINE *Webtoon* dapat terlihat dari pengikut akun *Official LINE Webtoon* yang ada pada aplikasi LINE. Akun *Official LINE Webtoon* Indonesia dibuat khusus oleh Perusahaan LINE di Indonesia agar pengikutnya dapat mengetahui informasi terbaru baik itu berupa berita tentang cerita *webtoon* terbaru hingga berita tentang *update* fitur terbaru yang ditambahkan LINE untuk memanjakan pembacanya.

Gambar 1.8
Akun *Official* LINE Webtoon ID



(Sumber: LINE diakses pada tanggal 8 Mei 2016 pukul 00.18 WIB)

Gambar 1.9
Isi Timeline Akun *Official* LINE Webtoon ID



(Sumber: LINE diakses pada tanggal 8 Mei 2016 pukul 01.19 WIB)

Akun *Official* LINE Webtoon ID ini sangat rutin memberikan segala macam informasi yang berkaitan dengan *Webtoon* melalui pesan *broadcast* yang dikirim secara berkala dan serentak kepada seluruh pengikut akun *Official*nya. Informasi yang dimaksud disini adalah seperti *update webtoon* terbaru, atau berita persuasi seperti ajakan *voting* untuk *webtoon* terfavorit agar *webtoon* yang menang dapat dijadikan *rising star webtoon* setiap bulannya.

Pada dasarnya khalayak menggunakan media ini karena berdasarkan motif-motif tertentu. Dan adanya motif tersebut merupakan awal dari mengapa seseorang menggunakan media tersebut. Hingga akhirnya motif yang dimiliki untuk menggunakan media tersebut berbeda-beda dalam setiap penggunaannya dan motif tersebut dapat dioperasikan dengan banyak cara.

Media merupakan salah satu bentuk kebutuhan yang selalu dikonsumsi oleh setiap individu. Media digunakan dengan beragam motif yang berbeda. Motif memiliki empat indikator, diantaranya adalah informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan (McQuail, 1987:73). Motif orang menggunakan media juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kegunaan media yang digunakan.

Berdasarkan paparan diatas, motif pengguna LINE *Webtoon* dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* sebagai aplikasi bacaan komik *online* atau *webtoon* merupakan fenomena yang layak untuk diteliti. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “MOTIF PENGGUNA APLIKASI LINE *WEBTOON* (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun LINE *Official Webtoon ID*)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana motif informasi pengikut akun LINE *Official Webtoon ID* dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?
2. Bagaimana motif identitas personal pengikut akun LINE *Official Webtoon ID* dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?

3. Bagaimana motif integratif dan interaksi sosial pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?
4. Bagaimana motif hiburan pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan motif informasi pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.
2. Untuk mendeskripsikan motif identitas personal pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.
3. Untuk mendeskripsikan motif integratif dan interaksi social pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.
4. Untuk mendeskripsikan motif hiburan pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beragam kegunaan penelitian. Adapun kegunaan dalam penelitian ini diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Secara akademis penelitian ini memiliki kajian baru tentang keberadaan *social networking sites* sebagai salah satu *tools* dalam komunikasi massa yang dapat digunakan sebagai fasilitas bacaan komik *online* atau *webtoon*. Untuk itu

diharapkan penelitian ini dapat menguraikan teori-teori *new media* dan komunikasi untuk memperluas wawasan mengenai *new media*.

2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan untuk memperkaya penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya kajian tentang motif.

3. Disamping itu, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan literatur untuk penelitian berikutnya yang meneliti tentang motif suatu khalayak.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merbaknya kegemaran khalayak akan bacaan komik *online* atau *webtoon* yang merupakan budaya yang berasal dari Korea Selatan.

2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana bentuk pemanfaatan *new media* dan internet sebagai sumber informasi dan media komunikasi yang bermanfaat.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk penelitian/studi lanjutan di masa yang akan datang.

1.5 Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian memberi arahan bagi peneliti agar penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah serta memberi panduan bagaimana metode berpikir yang harus dimiliki peneliti pada saat melakukan penelitian (Suharsaputra, 2012:24)

Berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

1. Persiapan dengan melakukan pencarian ide, menentukan topik dan judul penelitian.

2. Mengidentifikasi masalah yang ada, menentukan tujuan penelitian dan variabel serta subjek penelitian.
3. Mencari kajian penelitian terdahulu, mengumpulkan data sekunder berupa informasi dan literature lainnya.
4. Mengumpulkan data primer melalui teknik pengumpulan data melalui kuesionerawal (untuk 30 orang) untuk menguji keabsahan data dari unit analisis yang ditentukan.
5. Penyusunan dan melengkapi BAB 1-3 proposal penelitian.
6. Mengumpulkan data primer melalui teknik pengumpulan data melalui kuisisioner lanjutan (untuk 70 orang).
7. Melakukan pengolahan data,dan analisis lanjutan menggunakan teknik analisis data yang sudah ditentukan.
8. Membuat kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan metode kuesioner yang disebarakan melalui aplikasi LINE kepada pengguna aplikasi LINE *Webtoon* yang menjadi pengikut Akun *Official LINE Webtoon* ID. Periode pelaksanaan penelitian ini yaitu pada bulan Januari-Juli 2016.

Tabel 1.1
Tahapan dan Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan																											
	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pencarian ide																												
Perancangan, penyusunan proposal penelitian																												
Kajian penelitian terdahulu dan pengumpulan data sekunder lainnya																												
Pengumpulan data primer melalui kuesioner (30 orang)																												
Penyusunan dan melengkapi proposal Bab 1-3																												

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan penelitian-penelitian terdahulu. Adapaun penelitian-penelitian tersebut berguna untuk menunjang penelitian yang dilakukan peneliti agar menjadi lebih baik dan tidak sama dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti menyajikan penelitian yang relevan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Masing-masing dari tinjauan terdahulu dapat dijabarkan secara ringkas, padat, dan jelas sebagai berikut:

Tabel 2.1 - Literatur 1

Judul	Motif dan Perbedaan Gender Dalam Menggunakan Facebook (Studi Deskriptif Kuantitatif Personal Branding pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2011).
Penulis	Arif Sugiyanti
Tahun	2011
Sumber	http://eprints.ums.ac.id/
Hasil	1. Penelitian ini menggunakan teori <i>Uses and</i>

	<p><i>Gratification</i>. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dan analisis perbedaan, dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta menjadi populasi dan sampel.</p> <p>2. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa dari kesepuluh indikator, motif yang paling banyak yang mendorong mahasiswa dalam menggunakan facebook adalah motif updates status (memperbarui status) dan motif yang paling kecil adalah motif hubungan sosial. Selain itu antara laki-laki dan perempuan terdapat perbedaan menggunakan facebook, akan tetapi perbedaan tersebut tidak signifikan, dapat dikatakan motif mereka hampir sama.</p>
Persamaan	<p>1. Penelitian menggunakan metode yang sama yaitu metode deskriptif kuantitatif.</p> <p>2. Objek penelitian membahas motif</p>
Perbedaan	<p>1. Motif yang digunakan sebagai objek penelitian berbeda.</p>

Tabel 2.2 - Literatur 2

Judul	Motif Pembaca pada Majalah MEN'S HEALTH (Studi Deskriptif Motif Pembaca Pada Majalah Men's Health Di Surabaya)
Penulis	Zildhan Pradita
Tahun	2012
Sumber	http://eprints.upnjatim.ac.id/
Hasil	<p>1. Populasi dalam penelitian ini adalah member Araya Family Club Surabaya yakni sebuah tempat fitness yang terletak di daerah Perumahan Galaxy Bumi Permai yang berjumlah 150 orang responden dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data untuk penelitian disini menggunakan dua pendekatan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi</p> <p>2. Motif yang diteliti dalam penelitian ini yakni motif kognitif, identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, motif diversifikasi. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat membaca majalah Men's Health. Dari hasil pengujian didapatkan hasil sebagian besar responden</p>

	memberikan motif yang mengarahkan pada kateori tinggi baik pada motif kognitif dan motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial pada kategori sedang dan motif hiburan pada kategori rendah.
Persamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknik sampling yang digunakan sama, yaitu menggunakan teknik purposive sampling dengan pengumpulan data melalui dua pendekatan yaitu data primer dan data sekunder 2. Objek penelitian yang diteliti adalah motif
Perbedaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salah satu variabel motif yang diteliti berbeda, penelitian ini menggunakan motif kognitif sebagai variabel motif pertama yang diteliti

Tabel 2.3 - Literatur 3

Judul	Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Jejaring Sosial Facebook (Studi Deskriptif Tentang Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Jejaring Sosial Facebook di Kota Mojokerto)
Penulis	Oriza Kusuma Putri
Tahun	2012
Sumber	http://eprints.upnjatim.ac.id/

Hasil	<p>1. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari: mengedit, mengkode, dan memasukkan data tersebut dalam tabulasi data untuk selanjutnya di analisis secara deskriptif setiap pertanyaan yang diajukan.</p> <p>2. Populasi dari penelitian ini adalah masa remaja pertengahan yang berusia 15 – 17 tahun yang menggunakan facebook. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah probability sampling</p> <p>3. Diperoleh kesimpulan bahwa pada motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi, hal ini dikarenakan motif responden untuk menggunakan facebook cenderung tinggi, baik untuk mencari informasi, berinteraksi dengan teman ataupun mencari hiburan</p>
Persamaan	<p>1. Penelitian menggunakan analisis deskriptif.</p> <p>2. Terdapat kesamaan dalam keseluruhan variabel yang digunakan sebagai objek penelitian motif.</p>
Perbedaan	<p>1. Teknik pengambilan sampel berbeda</p>

Tabel 2.4 - Literatur 4

Judul	Following Media Development, a Study About the Convergence of Comics and Multimedia
Penulis	Bo Hyun Kim, Nan Ji Hong
Tahun	2012
Sumber	http://www.readcube.com/
Hasil	<p>1. Konsep komik multimedia dijadikan sebagai dasar penelitian ini dengan menilai bahwa barometer baru untuk komik terletak pada konvergensi dengan multimedia</p> <p>2. Setelah mengenali komponen komik multimedia yang saat ini muncul, kita dikategorikan menjadi tiga jenis, tergantung pada bagaimana menggunakan unsur-unsur tersebut. Pertama, tipe <i>webtoon</i> kovergensi yang memiliki format sama dengan <i>webtoon</i> vertical strolling yang sudah ada terlebih dahulu, dan mempunyai karakteristik yaitu background dan efek suara yang ditambahkan sebagai fitur tambahan <i>webtoon</i> atau foto dan video yang diselipkan ditengah bagian cerita. Kedua, motion comic atau komik bergerak, sebuah format diantara komik dan animasi yang mempunyai karakteristik suara, video, dan halaman yang otomatis atau auto-played seperti menonton animasi tapi tetap berformat komik dalam satu frame. Ketiga, komik</p>

	<p>interaktif yang memiliki ciri khas efek suara, gerak, dan cerita yang dibuat oleh partisipasi aktif dari pembaca.</p> <p>3. Sebagai hasil dari analisis komik yang memiliki karakteristik multimedia seperti diatas, implikasinya adalah sebagai berikut: Pertama, unsur-unsur multimedia harus digunakan tergantung pada genre, usia, dan media. Kedua, tingkat kontrol tinggi terhadap teknologi mengingat fitur untuk pembaca komik diperlukan. Dengan kata lain, dalam terus berkembangnya lingkungan media, isi komik yang tepat untuk target dan tujuan penggunaan pemirsa harus dikembangkan. Untuk ini, unsur-unsur multimedia komik harus digunakan agar dapat memiliki komunikasi aktif & interaktif dengan isi cerita.</p>
Persamaan	
Perbedaan	

Tabel 2.5 - Literatur 5

Judul	Motif Pengguna Jejaring Sosial GOOGLE+ Di Indonesia
Penulis	Dea Anggraeni Utomo
Tahun	2013

Sumber	http://studentjournal.petra.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian ini menggunakan metode Survei deskriptif pada 100 pengguna jejaring sosial Google+ di Indonesia, dengan menggunakan teknik non probability accidental sampling.</p> <p>2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif pengguna jejaring sosial Google+ cukup tinggi, terutama pada indikator memperbaharui status dan hubungan sosial, dimana motif tertinggi tersebut pada pegawai swasta dan pelajar/mahasiswa. Selain itu ditemukan sebuah kesimpulan bahwa dari pengguna jejaring sosial Google+, motif tertinggi adalah untuk memperbaharui status, dimana mereka mampu menyatakan eksistensi dirinya serta mendapatkan informasi melalui stream dalam Google+.</p> <p>3. Motif yang diteliti adalah motif pengguna masyarakat Indonesia dalam menggunakan jejaring sosial Google+ Indikator yang digunakan meliputi: hubungan sosial, berbagi identitas, foto, isi (content), investigasi sosial, berselancar di jejaring sosial dan memperbaharui status.</p>
Persamaan	<p>1. Studi yang digunakan menggunakan studi deskriptif</p> <p>2. Objek penelitian yang digunakan adalah motif</p>
Perbedaan	<p>1. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability accidental sampling</p> <p>2. Variabel dalam objek penelitian yang digunakan berbeda</p>

Tabel 2.6 - Literatur 6

Judul	Motif Membaca Surat Kabar Dan Orientasi Pemenuhan Informasi Mahasiswa
Penulis	Manap Solihat
Tahun	2013
Sumber	http:// jipsi.fisip.unikom.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian menggunakan teori Uses and Gratification dengan metode survey dan teknik analisis data menggunakan statistik chi-square dan tabel kontingensi.</p> <p>2. Media dapat berpengaruh besar terhadap motif-motif tindakan yang dilakukan individu, mencakup motif pencarian informasi yang berkecenderungan pada perilaku tertentu, yang sedikit banyak dipengaruhi oleh media termasuk di dalamnya surat kabar.</p> <p>3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, Berbagai macam motif membaca surat kabar sebagian besar bahwa tujuan utamanya adalah meningkatkan kognisi. Orientasi kedua mengarah kepada identitas personal yakni menggunakan isi media memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Setelah itu motif diversifikasi yakni kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Dan terakhir, terdapat hubungan yang nyata (signifikan) antara jenis kelamin dengan motif membaca surat kabar.</p>

Persamaan	1. Objek penelitian menggunakan motif
Perbedaan	1. Teknik analisis data menggunakan statistik chi-square dan tabel kontingensi

Tabel 2.7 - Literatur 7

Judul	Motif Penggunaan Aplikasi KakaoTalk (Studi Deskriptif Mengenai Motif Komunitas Korea KFriends Menggunakan Aplikasi KakaoTalk)
Penulis	Fenny Setyowati
Tahun	2013
Sumber	http://e-journal.uajy.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan memaparkan hasil penelitian di lapangan menjadi sebuah deskripsi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam</p> <p>2. Motif yang ditemukan dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan teori Mowen dan Minor, yakni lima tahap pengambilan keputusan. Motif yang melatarbelakangi Komunitas Korea KFriends dalam menggunakan aplikasi KakaoTalk yaitu untuk berkomunikasi dan berinteraksi demi memenuhi</p>

	kebutuhan mereka akan informasi. Motif yang kedua adalah untuk mendapatkan hiburan dan yang terakhir untuk mendapatkan keuntungan dengan berbagai promo gratis yang ditawarkan oleh KakaoTalk.
Persamaan	1. Metode yang digunakan menggunakan metode deskriptif 2. Objek yang diteliti adalah motif
Perbedaan	1. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data 2. Kajian motif yang digunakan adalah kajian dari Teori Mowen dan Minor.

Tabel 2.8 - Literatur 8

Judul	Motif Menggunakan Media Social Path pada Mahasiswa di Surabaya
Penulis	Dyane Aulia Drestya
Tahun	2014
Sumber	http://journal.unair.ac.id/
Hasil	1. Penelitian ini berfokus pada Motif Menggunakan Social Media PATH pada Mahasiswa di Surabaya. penelitian ini menggunakan motif Papacharissi dan

	<p>Rubin yaitu Motif Utility, Motif Passing Time, Motif Seeking Information, Motif Convenience Dan Motif Entertainment , yang berfokus pada new media.</p> <p>2. Penelitian ini menggunakan metode survey, dengan teknik purposive, sehingga didapatkan kriteria yang sesuai penelitian ini. Hasil dari penelitian ini dengan motif tertinggi pada Motif Passing Time, kedua Motif Entertainment, ketiga Motif Convenience, keempat Motif Seeking Information, dan terakhir Motif Utility.</p>
Persamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek yang diteliti adalah motif 2. Kriteria responden menggunakan teknik purposive sampling
Perbedaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kajian motif yang digunakan berbeda yaitu motif Papacharissi

Tabel 2.9 - Literatur 9

Judul	Motif Interaksi Sosial Pada Social Networking SECRET (Studi Deskriptif Pengguna Social Networking SECRET Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung)
Penulis	Denia Putri Ashari
Tahun	2015

Sumber	https://repository.telkomuniversity.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan kepada empat informan penelitian untuk mendeskripsikan penelitian ini secara menyeluruh dengan menganalisis fenomena.</p> <p>2. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa teori motif interaksi sosial yang dikemukakan oleh Max Webber tidak sepenuhnya berlaku bagi pengguna Secret. Pengguna Secret menentukan pilihannya sendiri dalam menyikapi motif interaksi sosial berdasarkan tindakan tradisional. Selain itu Secret mempunyai fitur chat dan komentar yang membantu pengguna melakukan interaksi sosial. Adanya post di dalam Secret membuat pengguna merasa tertarik untuk melakukan interaksi sosial dan ketika melakukan interaksi sosial di Secret, pengguna juga melibatkan perasaan dan emosi.</p>
Persamaan	<p>1. Metode yang digunakan menggunakan metode deskriptif</p> <p>2. Objek yang diteliti adalah motif</p>
Perbedaan	<p>1. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data</p> <p>2. Kajian motif yang digunakan adalah kajian dari teori motif interaksi sosial yang dikemukakan oleh Max</p>

	Webber.
--	---------

Tabel 2.10 - Literatur 10

Judul	Motif Dalam Menonton Program Variety Show <i>Running Man</i> (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @RmbdgIndonesia)
Penulis	Marlia Rahmadhani
Tahun	2015
Sumber	https://repository.telkomuniversity.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media pada khalayak yaitu pengikut akun twitter @Rmbdgindonesia dalam menonton program Variety Show Running Man.</p> <p>2. Teori yang melandasi penelitian ini yaitu teori Uses and Gratification dengan variabel motif dari McQuail. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei dengan tipe analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif</p> <p>3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif informasi memiliki total skor sebesar 1335, nilai rata-rata 2,67 atau dengan persentase 66,75% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif identitas pribadi memiliki total skor 1682, nilai rata-rata 2,80 atau dengan persentase</p>

	70,08% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif integrasi dan interaksi sosial memiliki total skor 1378, nilai rata-rata 2,76 atau dengan persentase 68,9% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif hiburan memiliki total skor 3023, nilai rata-rata 3,36 dan dengan persentase 83,97% sehingga termasuk ke dalam kategori sangat tinggi.
Persamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. 2. Kajian motif yang digunakan adalah kajian dari McQuail.
Perbedaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjek yang diteliti berbeda.

Tabel 2.11 - Literatur 11

Judul	Motif Dan Kepuasan Penggunaan Instagram (Studi Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013)
--------------	--

Penulis	Dyah Ayu Puspitorini
Tahun	2016
Sumber	http://eprints.ums.ac.id/
Hasil	<p>1. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMS angkatan 2013, dengan sampel penelitian adalah 98 mahasiswa, dengan proporsional random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kesenjangan discrepancy. ataupun status yang diunggah pengguna media sosial.</p> <p>2. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 19%, (2) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 16%, (3) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai kesenjangan sebesar 16%,</p>

	dan (4) tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial instagram dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori rendah dengan nilai kesenjangan sebesar 22%.
Persamaan	1. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.
Perbedaan	1. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan komparatif. 2. Objek penelitian tidak hanya mengenai motif, namun juga kepuasan pengguna media sosial Instagram.

Tabel 2.12 - Literatur 12

Judul	Korean <i>Webtoons</i>: Explaining Growth
Penulis	Hyung-Gu Lynn
Tahun	2016
Sumber	http://www.asiapacificmemo.ca/
Hasil	1. Walaupun <i>webtoons</i> belum dapat mendominasi ekonomi industri komik Korea seperti yang sering digambarkan, namun <i>webtoons</i> adalah yang paling

	<p>cepat berkembang didalam sektor konten digital, dan telah menjadi trend dalam kehidupan sehari-hari, baik selama kemacetan dan di dalam rumah sebagai bentuk hiburan , informasi, dan pendidikan.</p> <p>2. Artikel ini berpendapat bahwa ada empat set diperlukan faktor yang memicu pertumbuhan <i>webtoons</i> Korea. Pertama, infrastruktur digital dari internet broadband, akses mobile, dan smartphone menciptakan prakondisi yang diperlukan untuk difusi <i>webtoons</i>. Kedua, model bisnis telah menghasilkan inovasi yang berasal dari kompetisi domestic. Ketiga, kebijakan pemerintah yang secara tidak langsung mendukung <i>webtoons</i> melalui penelitian, analisis, dan subsidi. Keempat dan yang paling penting, upaya penulis dan seniman, terutama mereka yang memiliki track record dan pelatihan, menghasilkan cerita hits setiap tahun di berbagai macam alur cerita, genre, dan gaya seni.</p>
Persamaan	
Perbedaan	

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Pengertian Motif

Motif berasal dari bahasa Latin, yaitu *movere* yang berarti bergerak, karena itu motif dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong

untuk berbuat atau merupakan *driving force* (Branca dalam Walgito, 1997). As'ad (1995) mengartikan motif dengan dorongan. Dorongan merupakan gerakan jiwa dan jasmani untuk berbuat sehingga motif merupakan "*driving force*" yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu.

Daftar motif memang tidak terbatas. Tetapi Blumer (1980 ; 209) yang dikutip Rakhmat (1989 ; 89) menyebutkan tiga orientasi, yaitu:

a. Motif Kognitif

Motif kognitif adalah kebutuhan akan informasi aktual, *surveillance*, atau eksplorasi realitas. Informan yang didasari dengan motif ini akan berusaha mencari segala macam informasi yang ia butuhkan lewat berbagai media yang dapat dijangkaunya.

b. Motif Diversi

Motif diversi adalah dorongan dari dalam diri untuk memenuhi kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.

c. Motif Identitas Personal

Motif identitas personal adalah kebutuhan akan penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

2.2.2 Motif Penggunaan Media

McQuail (1972) merumuskan empat motif dalam penggunaan media massa, yaitu:

1. Motif informasi yaitu kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas.
2. Motif identitas personal/pribadi yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam hidupnya sendiri.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.
4. Motif diversifikasi atau hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Kategori motif yang dijadikan acuan adalah kategori motif pengonsumsi media menurut McQuail yaitu sebagai berikut: (Kriyantono,2006:204),

1. Motif informasi

Pada motif informasi, khalayak dapat dikatakan memiliki motif informasi jika:

- a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
- b. Dapat memperoleh berbagai informasi mengenai peristiwa yang berkaitan dengan keadaan dunia.
- c. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
- d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.
- e. Khalayak dapat memperoleh penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Personal/Pribadi

Pada motif identitas pribadi khalayak dikatakan memiliki motif identitas pribadi jika:

- a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan khalayak tersebut.
- b. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
- c. Memperoleh nilai lebih sebagai khalayak.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Pada motif ini, khalayak dapat mempunyai motif integrasi dan interaksi sosial jika:

- a. Dapat memperoleh pengetahuan tentang empati sosial.
- b. Dapat menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial.
- c. Dapat menjalankan peran sosial sebagai khalayak.
- d. Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
- e. Keinginan untuk dihargai oleh orang lain.

4. Motif Diversi atau Hiburan

Pada motif ini, khalayak dapat dikatakan mempunyai motif Diversi/Hiburan jika:

- a. Khalayak dapat melepaskan diri dari permasalahan yang dihadapi.
- b. Khalayak dapat bersantai dan mengisi waktu luang.
- c. Khalayak dapat menyalurkan emosinya.
- d. Khalayak mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Sedangkan menurut ahli lainnya, Papacharissi dan Rubin (2000) dalam Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. (2003) menemukan bahwa terdapat lima motif utama seseorang dalam menggunakan media, khususnya *new media* atau internet:

1. Motif *Utility*

Motif ini berkaitan dengan fungsi atau kegunaan utama dari internet.

2. Motif *Passing Time*

Motif ini berkaitan dengan fungsi internet yang diaplikasikan untuk menggunakan dan mengisi waktu luang.

3. Motif *Seeking Information*

Motif ini berkaitan dengan informasi yang bisa didapatkan pengguna ketika menggunakan media.

4. Motif *Convenience*

Motif ini berhubungan dengan bagaimana dengan menggunakan sebuah media, dapat menjadi sebuah alat yang membuat penggunanya merasa terwakili dan melampiaskan segala emosi yang mereka miliki.

5. Motif *Entertainment*

Motif ini berhubungan dengan bagaimana menggunakan sebuah media dapat menjadi sesuatu yang dapat membuat penggunanya merasa terhibur

Dari kelima motif penggunaan new media tersebut, yang paling penting adalah motif *seeking information* atau pencarian informasi. Papacharissi dan Rubin (2000) juga menemukan bahwa orang merasa dihargai secara interpersonal menggunakan internet untuk pengumpulan informasi dan mereka yang merasa tidak aman pada interaksi tatap muka berpaling ke internet untuk interaksi sosial. Secara keseluruhan, Papacharissi dan Rubin menyimpulkan teori ini memberi kerangka penting untuk mempelajari media baru.

Dari kedua model kajian motif penggunaan media diatas yang diperkenalkan oleh McQuail (1972) dan Papacharassi dan Rubin (2000), peneliti memutuskan untuk menggunakan kajian motif dari McQuail (1972), alasannya karena dalam mempelajari kegunaan *new media* seperti internet, perlu mempertimbangkan sifat dari internet yang

bersifat massa namun juga dapat bersifat individual. Alasan lainnya adalah, karena peneliti menyimpulkan bahwa kajian motif yang disampaikan Papacharissi dan Rubin sudah terangkum dalam kajian motif yang disampaikan oleh McQuail. Dan terdapat beberapa motif yang ingin diukur oleh peneliti yang terdapat dalam kajian motif yang disampaikan oleh McQuail namun tidak ada dalam motif yang disampaikan oleh Papacharissi dan Rubin seperti motif identitas personal, dan motif interaksi sosial.

Dengan pertimbangan tersebut, peneliti akan mencoba mengamati penggunaan khalayak terutama pembaca yang menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai bahan bacaan *webtoon* dengan menggunakan beberapa kategori penting seperti yang telah diungkapkan McQuail (1972) diatas, yaitu: motif informasi, motif identitas personal, motif interaksi sosial, dan motif hiburan.

Kategori informasi yang dimaksud adalah bagaimana setiap isi media yang digunakan dapat membantu dan memberi suatu hal yang lebih untuk pengguna yang menggunakan media tersebut. Sedangkan, kategori identitas personal yang dimaksud adalah bagaimana setiap isi media yang digunakan dapat membuat penggunanya merasa terwakili dan memperoleh nilai lebih sebagai khalayak.

Kategori interaksi sosial yang dimaksud adalah kategori dimana media digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi. Menurut McQuail (2000) "*refers to gaining insight into the situations of other people, in order to achieve a sense of belonging*", maksudnya adalah hal ini diperlukan agar dapat mengetahui dan merasakan situasi dari yang orang lain rasakan dan untuk mencapai rasa memiliki diantara sesama. Dan kategori terakhir yaitu kategori hiburan yang dimaksud adalah isi media yang memperlihatkan suatu yang sifatnya menyenangkan atau menghibur dari pribadi yang menggunakannya. McQuail (2000) juga menambahkan bahwa media digunakan "*for purposes of obtaining pleasure and enjoyment, or escapism*". Karena itu dapat dilihat bahwa dalam hal ini media juga dapat digunakan untuk mendapatkan perasaan nikmat, senang, atau digunakan sebagai sarana atau tempat pelarian yang bisa memberikan hiburan.

2.2.3 Komik

Komik menurut Scott McCloud dari buku *Understanding Comics: The Invisible Art*, 1993 dalam MS.Gumelar (2011: 6) yaitu *juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended convey information and/or produce an aesthetic response in the reader*. McCloud (1993) menekankan bahwa komik adalah gambar yang berjajar dalam urutan yang disengaja, dimaksudkan untuk menyampaikan informasi atau menghasilkan respons estetik dari pembaca. M.S. Gumelar (2011: 7) dalam bukunya juga menjelaskan bahwa komik adalah urutan-urutan gambar yang ditata sesuai tujuan dan filosofi pembuatnya hingga pesan cerita tersampaikan.

Komik didefinisikan sebagai bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan menerapkan suatu cerita dalam urutan yang erat hubungannya dengan gambar dan dirancang untuk memberikan hiburan kepada para pembaca. Dari beberapa pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komik merupakan kumpulan gambar yang terdiri dari urutan-urutan tertentu, dan tokoh yang memiliki karakter dalam sebuah rangkaian cerita yang memberikan unsur hiburan dalam penyampaiannya.

2.2.4 Konvergensi Media

Seiring dengan berkembangnya teknologi, media massa juga mengalami perkembangan. Pengertian harfiah dari konvergensi adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik. Konvergensi dapat merujuk pada teknologi yang sebelumnya terpisah, seperti suara, data, gambar, bunyi dan video, yang sekarang berbagi sumber daya dan berinteraksi antara satu dengan yang lain menciptakan sebuah hal yang baru yang lebih efisien. Konvergensi media terjadi karena adanya perkembangan teknologi digital, dimana penggabungan antara beberapa media tradisional seperti audio, televisi,

koran, majalah, dan film dan dikemas menjadi suatu paket baru dalam media modern (internet) (Angkari,2013:37).

Salah satu bentuk konvergensi media yang cukup terlihat dan menarik perhatian saat ini adalah membaca komik melalui sebuah platform aplikasi pada handphone atau telepon genggam. Teknologi ini merupakan suatu bentuk konvergensi yang memunculkan media baru atau yang disebut *new media*.

2.2.5 Webtoon

Webtoon disebut juga dengan *web comics*, merupakan gabungan dari dua kata yaitu *web* yang merupakan *website*, dan *toon* di ambil dari kata *cartoon*, jadi secara harfiah dapat diartikan sebagai komik yang didistribusikan lewat jaringan internet. *Webtoon* dianggap sebagai subgenre dari Manhwa. Manhwa sendiri merupakan istilah atau sebutan bagi komik atau kartun cetak maupun animasi dari Korea Selatan yang sudah ada dan dikenal selama ratusan tahun. *Webtoon* merupakan web komik yang berwarna berasal dari Korea Selatan yang bisa dibaca melalui sebuah aplikasi yang bernama LINE *Webtoon* dalam satu halaman panjang yang hanya perlu di-*scroll down* saat membacanya untuk setiap *chapter/strip*. Berbeda dengan *manga* (komik Jepang) yang biasanya hanya hitam putih. *Webtoon* cenderung *colorful*, bahkan disertai efek multimedia berupa cahaya, suara, dan gerak. Dari awal memang *webtoon* dibuat untuk di terbitkan di internet dan tidak ada versi cetaknya. Namun, seiring perkembangan zaman sudah ada beberapa *webtoon* dari penulis Indonesia yang dibuatkan versi cetaknya.

Fenomena *webtoon* sendiri bukanlah hal yang baru terjadi. *Webtoon* pertama kali diterbitkan sekitar akhir tahun 1900-an. Era *webtoon* di Korea dimulai saat menurunnya minat generasi muda untuk membaca komik tradisional, karena serbuan dari berbagai macam hiburan yang kontennya jauh lebih menarik. Fenomena *webtoon* cenderung lebih populer di Korea, sedangkan Jepang yang biasanya terkenal dengan *manga*, justru tidak

terlalu terpengaruh. Hal ini disebabkan oleh situasi psiko-sosial yang terjadi di kalangan anak muda Korea. Kemajuan di segala bidangnya, menyebabkan terjadinya persaingan ketat diantara mereka, termasuk dalam hal teknologi (dikutip dari Ha Sun-jin and Lee Sumi, *Webtoon, Why So Populer?*, Dongguk University's English Magazine: The Dongguk Post, tanggal posting: 9 April, 2012 yang diakses pada 16 Mei 2016, pukul 12.00 WIB)

Webtoon cenderung mengangkat kejadian sehari-hari sebagai topik cerita yang dikemas secara rapi dan membuat penasaran pembacanya. Penerbitan *webtoon* jauh bersifat lebih liberal. Kebebasan ini menghasilkan suatu kualitas tersendiri, karena para penulis dan komikus *webtoon* bisa menggambar apapun sesuatu keinginan mereka. Kebebasan ini bisa dikatakan tidak terbatas, cerita *webtoon* bisa mencakup segala genre, dari fiksi maupun kejadian sehari-hari sampai yang luar biasa, dari *horror* sampai *romance*. Pembaca *webtoon* juga tidak dibatasi, berbeda halnya dengan komik yang memiliki rentang usia tertentu.

2.2.6 Computer Mediated Communication (CMC)

Peneliti menggunakan konsep *Computer Mediated Communication*(CMC) ini karena konsep ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan yang dimediasi oleh komputer. Berdasarkan definisi menurut John December (1997) dalam Knapp (2002:100) yang dimaksud dengan *Computer Mediated Communication* adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang-orang, berada dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam.

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan sebuah pengalamaninteraksi secara online, dimana tingkah lakumanusia dan pertukaran pesan-pesan atauinformasi yang disampaikan dimediasi melaluimesin. “Dalam berkomunikasi melalui mediuminternet ini sama sekali tidak menampilkankomunikasi nonverbal, konteks

fisik seperti ekspresi wajah, nada bicara, jarak antar pesona, posisi tubuh, penampilan, gesture, sentuhan, dan penciuman. (Griffin, 2006:142).

Menurut pakar *Computer Mediated Communication* yaitu Joseph Walther dan Malcolm Parks (dalam buku "*Handbook of Interpersonal Communication*", Knapp & Daly, 2002:105) berikut ini merupakan bentuk teknologi internet yang cenderung menarik di *Computer Mediated Communication*:

- a) *E-mail* dan *mailing list*
- b) *Newsgroup*, *bulletin board* dan *blog*
- c) *Internet relay chat* dan *instant messaging*
- d) *Metaworld* dan *visual chat*
- e) *Personal homepage* dan *webcam*

Computer Mediated Communication (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Hal yang dimaksud disini adalah bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini, diketahui bahwa yang diperlukan oleh partisipan *CMC* dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen penting, yaitu komputer dan jaringan internet. Tidak hanya itu, untuk dapat melakukan interaksi, dibutuhkan juga aplikasi social media atau *instant messenger*. Seiring berkembangnya zaman, aplikasi social media yang adapun beragam, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *LINE*, dan lain sebagainya.

Computer Mediated Communication (CMC) memiliki beberapa karakteristik (Rogers, 1986:21), antara lain:

- a. Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen secara aktif juga dapat memproduksi pesan.
- b. CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima-penerima pesan.
- c. CMC menandai proses *de-massified*, merupakan sebuah pesan khusus dapat dikirim di antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan besar antara CMC dengan media massa. Proses ini menunjukkan sistem kontrol media massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.
- d. Interaktivitas adalah kualitas penting dalam system komunikasi, dimana perilaku komunikasi diharapkan dapat menjadi lebih akurat, efektif, dan juga memuaskan karena partisipan secara aktif dapat berpartisipasi dalam komunikasi.
- e. Feedback dalam CMC sifatnya terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka seperti intonasi, raut wajah, dan bahasa tubuh. Feedback dapat disampaikan dengan cepat atau lambat tergantung pada media CMC yang digunakan.
- f. Media CMC menyediakan tanda-tanda komunikasi nonverbal yang erat dengan komunikasi tulisan, seperti bentuk, ukuran, dan warna huruf.
- g. CMC bersifat *asynchronous*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan dalam waktu yang berbeda. Partisipan tidak perlu berada pada waktu yang sama. Pola komunikasi ini mengatasi masalah waktu yang sering menjadi penghambat pada proses komunikasi.

- h. Pengguna CMC memiliki kedudukan yang setara karena mempunyai kemampuan untuk memproduksi dan mengonsumsi pesan sehingga kontrol terhadap alur komunikasi menjadi searah.
- i. Rendahnya privasi pengguna CMC.

Walaupun CMC telah didefinisikan sebagai aplikasi dan dampak dari adanya komputer dan teknologi digital yang luas, dalam prakteknya CMC lebih fokus pada komunikasi interpersonal yang dilakukan melalui dan tentang internet dan *website*. Dengan CMC ini, manusia dapat saling mengenal satu sama lain hingga terciptalah dunia maya (*cybersociety*) dan ruang cyber (*cyber space*) melalui dunia virtual jaringan komputer ini

2.2.7 Media Baru (*New Media*)

New media atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terpaan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011). Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta hubungan ke dalam jaringan. Proses komunikasi media baru berbeda dengan komunikasi yang dilakukan oleh media konvensional atau media massa. Media baru memungkinkan para pengguna dapat berkomunikasi secara timbal balik atau komunikasi dua arah.

Perubahan budaya yang terjadi pada era teknologi seperti ini membuat meningkatnya peralatan teknologi yang dapat memudahkan kita dalam mengakses digital media. Salah satu bentuk dari *new media* yaitu muncul berbagai macam media social seperti facebook, twitter, whatsapp, dan LINE.

2.2.8 LINE

Dengan kemunculan *new media* sebagai bentuk media baru, muncul berbagai macam sosial media dan salah satu contoh sosial media adalah LINE. LINE adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti *smartphone*, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna LINE dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. Pendiri aplikasi LINE adalah Lee Hae Jin, seorang lulusan sarjana teknis di Seoul National University yang berkebangsaan Korea Selatan dan memulai karirnya di Samsung SDS, anak usaha dari Samsung Group. LINE dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation atau yang biasa dikenal dengan Naver. LINE pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut LINE masuk dalam sistem operasi besutan BlackBerry. Lalu pada tahun 2012, LINE resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows.

2.2.9 LINE Webtoon

NAVER *Webtoon* adalah portal *webtoon* yang diluncurkan pada 23 Juni 2004 di Korea oleh perusahaan Naver (perusahaan internet terbesar di Korea), mulai diperkenalkan secara global pada tahun 2014 dengan nama LINE *Webtoon* dan sekarang sudah berkembang menjadi salah satu *provider* komik digital terbesar di dunia dengan lebih dari 17 juta pengguna setiap bulannya. Sebagai pelopor pencipta komik digital pertama di dunia, sekarang LINE *Webtoon* menyajikan puluhan ribu penulis komik baik yang professional maupun amatir dari seluruh dunia. *Webtoon* juga mengoptimalkan pengalaman membaca komik secara digital untuk penggunanya dengan layanan komik web-nya, dan

layanan tambahan seperti efek suara yang dapat didengar saat membaca komik-komik tertentu yang tersedia pada aplikasi LINE *Webtoon*.

2.2.10 Akun Resmi LINE (LINE *Official*)

Layanan ini memungkinkan perusahaan membuat akunnya sendiri. Perusahaan dapat menyebarkan pesan ke seluruh pengguna dengan akun pertemanan mereka, memasang artikel di Timeline, dan lainnya. Akun perusahaan ditampilkan dalam platform LINE, yang memungkinkan perusahaan menjangkau seluruh kalangan pengguna pada skala media massa. Layanan ini membantu pengikut akun *Official* mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan akun *Official* tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut bisa dijelaskan bahwa LINE *Webtoon* sebagai satu-satunya aplikasi bacaan *webtoon online* yang menjadi tren di masyarakat Korea kini sudah memiliki pembaca yang ruang lingkungannya meluas hingga ke internasional, tidak terkecuali Indonesia. LINE *Webtoon* merupakan satu-satunya komik *online* berbasis web yang menyediakan komik secara gratis dan dapat dinikmati oleh setiap orang dengan lima bahasa yang tersedia, yaitu bahasa Korea, Jepang, Thailand, Inggris, dan juga bahasa Indonesia. Saat ini LINE *Webtoon* dapat diakses melalui semua perangkat android, dan juga iOS. LINE *Webtoon* memberikan *update* komiknya secara berkala dengan memberikan fitur komik berwarna (full-color) yang membuat *webtoon*-nya lebih nyaman dibaca. *Webtoon* yang disediakan pun memiliki genre yang beragam.

Ketertarikan dan antusias masyarakat Indonesia terhadap *webtoon* yang disediakan pada aplikasi ini dapat dilihat dari adanya penulis dan komikus Indonesia yang

berpartisipasi dalam menulis *webtoon* dan menyebarkannya melalui aplikasi ini. Seperti *webtoon* ‘Si Juki’ yang ditulis oleh Faza Meonk, dan ‘Piraku X Piraku’ yang ditulis oleh Sweta Kartika. Kedua cerita ini menjadi sangat populer dan memiliki rating yang hampir mendekati angka 10 dimana angka 10 merupakan rating tertinggi didalam aplikasi ini. Selain itu, antusias masyarakat Indonesia dapat juga terlihat dari bagaimana LINE memfasilitasi masyarakat Indonesia dengan memberikan akses kemudahan berupa akun *Official LINE Webtoon ID* yang dapat di tambahkan menjadi teman setiap penikmat *webtooo*. Akun *Official LINE Webtoon ID* ini terus memberikan update berita mengenai *webtoon* pada aplikasi *LINE Webtoon*, seperti misalnya ada episode terbaru mengenai cerita Si Juki, atau mengenai penulis yang akan memberikan bocoran mengenai episode selanjutnya, dan lain-lain. Pada akun ini, pengikut akun-pun dapat bertukar pikiran dan cerita melalui fitur komentar pada *timeline* akun.

Para pengikut akun *Official LINE Webtoon ID* ini memiliki latar belakang lingkungan sosial yang berbeda, baik dari usia maupun pendidikan. Dari berbagai latar belakang lingkungan sosial tersebutlah timbul beragam motif yang mempengaruhi seseorang dalam membaca *webtoon* melalui aplikasi *LINE Webtoon* ini. Aplikasi ini merupakan wujud dari sebuah bukti konvergensi media yang dimana *webtoon* sendiri merupakan salah satu contoh dari *new media*. Dan sejauh ini aplikasi *LINE Webtoon* telah menjadi sebuah wadah media yang memberikan pemenuhan kebutuhan terhadap penikmat *webtoon*.

Motif yang dimaksudkan disini adalah motif yang dikategorikan oleh McQuail (1972) dalam Kriyantono (2006:204) tentang motif penggunaan media. McQuail merumuskan motif menjadi empat, yaitu:

1. Motif Informasi

Motif informasi yaitu kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas

2. Motif Identitas Pribadi

Motif identitas pribadi yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam hidupnya sendiri.

3. Motif Integrasi/Interaksi Sosial

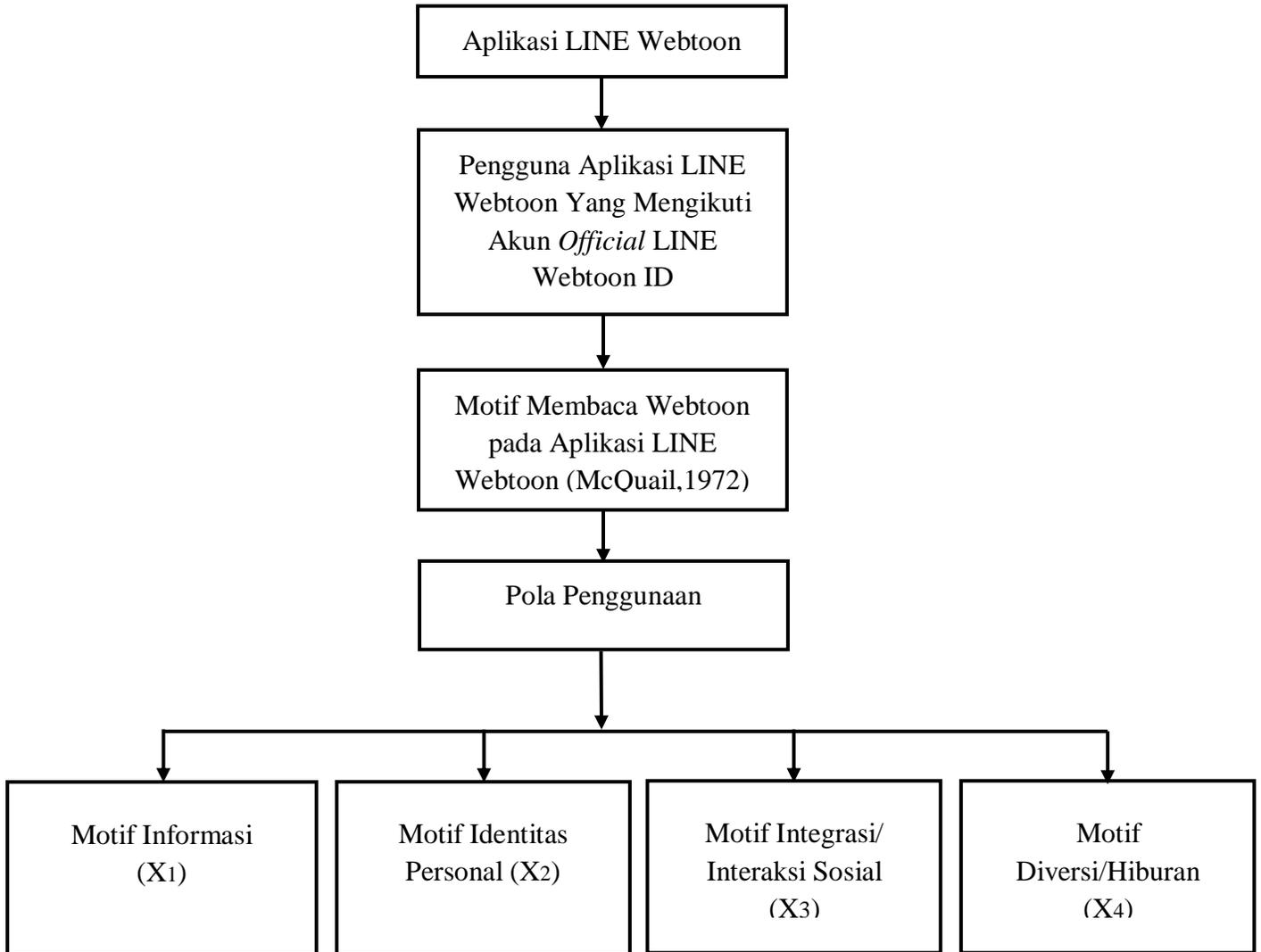
Motif integrasi/interaksi sosial yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.

4. Motif Diversi/Hiburan

Motif diversi/ hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan

Tabel 2.14

Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti (2016)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Mengacu pada pandangan Guba (1990) dan Denzin & Lincoln (1994) paradigma adalah sistem keyakinan dasar yang berlandaskan asumsi ontologi, epistemologi, dan metodologi atau dengan kata lain paradigma adalah sistem keyakinan dasar sebagai landasan untuk mencari jawaban atas pertanyaan apa itu hakikat realitas, apa hakikat hubungan antara peneliti dan realitas, dan bagaimana cara peneliti mengetahui realitas.

Menurut Sugiyono (2012:8) paradigma dalam penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat *kuantitatif/statistic*, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sarantakos (1993 dalam Poerwandari, 1998:17), Positivisme melihat penelitian sosial sebagai langkah instrumental, penelitian dianggap sebagai alat untuk mempelajari peristiwa dan hukum-hukum sosial pada akhirnya akan memungkinkan manusia meramalkan kemungkinan kejadian serta mengendalikan peristiwa.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah serta berlandaskan teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Silalahi (2009:27) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang menyajikan satu gambar terperinci mengenai situasi khusus, setting sosial ataupun hubungan keduanya.

Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Sugiyono, 2012:24).

Penelitian ini akan menjelaskan, mendeskripsikan, dan memaparkan bagaimana motif dari pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*. Seperti yang dipaparkan diatas bahwa penelitian dengan metode ini hanya sekedar mengidentifikasi data tanpa melakukan pengujian terhadap hipotesis.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah motif, dilakukan untuk mengkaji motif dalam aspek new media. Dengan menggunakan acuan kategori motif dari McQuail yaitu motif informasi motif identitas personal/pribadi, motif integrasi dan interaksi social, dan motif diversifikasi/hiburan. Motif yang dikaji pada penelitian ini adalah motif pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.

3.4 Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID. Seperti yang telah dijelaskan pada pendahuluan penelitian ini, akun LINE *Official Webtoon* ID telah memiliki pengikut sebanyak 5.844.017 (per 8 Mei 2016) pengikut sehingga para pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID tersebut layak dijadikan sebagai subjek penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dibuat untuk membentuk kesatuan dan kesesuaian penelitian. Adapun operasionalisasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item	Skala
Motif (X)	Motif Informasi (X1)	<p>1. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat mengetahui berbagai peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.</p> <p>2. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat memperoleh berbagai informasi mengenai peristiwa yang berkaitan dengan keadaan dunia.</p> <p>3. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.</p>	5	Ordinal

		<p>4. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.</p> <p>5. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat memperoleh penambahan pengetahuan.</p>		
	<p>Motif Identitas Personal / Pribadi (X2)</p>	<p>1. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>,saya dapat menemukan penunjang nilai-nilai.</p> <p>2. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>,saya dapatmengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.</p>	6	Ordinal

	3. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i> , saya memperoleh nilai lebih sebagai khalayak.		
Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)	<p>1. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>,saya dapat menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial.</p> <p>2. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>,saya dapat menjalankan peran sosial sebagai khalayak.</p> <p>3. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>,saya berkeinginan untuk dekat dengan orang lain.</p> <p>4. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya berkeinginan untuk</p>	5	Ordinal

	dihargai oleh orang lain.		
Motif Diversi/Hiburan (X4)	1. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i> ,saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang		

	<p>dihadapi.</p> <p>2. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat bersantai dan mengisi waktu luang.</p> <p>3. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya dapat menyalurkan emosinya.</p> <p>4. Dengan menggunakan aplikasi LINE <i>Webtoon</i>, saya mendapatkan hiburan dan kesenangan.</p>	9	Ordinal
--	---	---	---------

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini penulis menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2012:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, awalnya variabel yang diukur dijabarkan menjadi sub variabel dan setelah dijabarkan kembali menjadi indikator variabel. Lalu indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yaitu:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Ordinal

Jawaban	Skor
a. Sangat Setuju (SS)	4
b. Setuju (S)	3
c. Tidak Setuju (TS)	2
d. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Olahan Peneliti

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan satuan analisis yang merupakan sasaran penelitian. Populasi menurut Wiratna (2012:12) dalam buku Statistika Untuk Penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *webtoon* yang menjadi pengikut Akun *Official LINE Webtoon ID*. Karena menggunakan media social LINE yang populasi *adders* nya terus bertambah seiring bertambahnya waktu. Populasi *adders* Akun *Official LINE Webtoon ID* mencapai 5.844.017 *adders* (terhitung hingga pada 7 Mei 2016)

3.7.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2004) dalam Riduwan&Akdon (2006:12) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) karena tidak semua orang atau benda yang ada dalam populasi dipakai. Untuk menentukan jumlah sampel minimum yang diperlukan, digunakan persamaan Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

Keterangan:

n= Ukuran Sampel

N= Jumlah Populasi

e=Presentase kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e=10%)

Berikut perhitungannya:

$$n = \frac{5.844.017}{Ne^2 + 1}$$
$$n = \frac{5.844.017}{Ne^2 + 1}$$

$$5.844.017 (0,1)^2 + 1$$
$$= 99,998 = 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Sampel inilah yang akan dijadikan sebagai koresponden yang mewakili populasi untuk mengetahui motif menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* di kalangan pengikut akun *Official LINE Webtoon ID*.

3.8 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Hal ini dilakukan atas adanya tujuan tertentu. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:126).

Berdasarkan buku Prosedur Penelitian oleh Arikunto (2010:183) menjelaskan bahwa:

Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan sampel berdasarkan tujuan, yaitu:

1. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
2. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi.
3. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan.

Berdasarkan pendapat diatas, maka penentuan sampel yang diambil adalah berjumlah 100 orang yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Berusia Minimal 15 Tahun
2. Memiliki pendidikan terakhir SMP
3. Sudah mengikuti akun *Official LINE Webtoon* ID selama 6 bulan terakhir.

3.9 Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2012:137). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Sumber data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun *Official LINE Webtoon* ID.

b. Data Sekunder

Pada penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder berdasarkan data-data yang diperoleh dari studi kepustakaan berupa buku-buku literatur yang berhubungan dengan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kemudian *internet searching* dari berbagai situs online seperti *www.webtoons.com* dan situs lain yang mendukung data penelitian.

3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.10.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2012:121) “hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti”. Untuk pengujian validitas instrument berupa skor yang memiliki tingkatan (ordinal), rumus yang digunakan adalah rank Spearman, yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n-1)}$$

Keterangan:

- r_s = Koefisien Korelasi Spearman
 $\sum d^2$ = Total kuadrat selisih antar ranking
 n = Jumlah sampel penelitian

Untuk pengujian validitas instrument penelitian, digunakan aplikasi SPSS 2.0 *for windows* dengan pengukuran korelasi menggunakan rank Spearman dan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika r positif, serta $r \geq 0,30$ maka item perhitungan tersebut valid.
2. Jika r tidak positif, serta $r < 0,30$ maka item perhitungan tidak valid.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji setiap item pernyataan dan mengukur variabelnya. Pengujian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Jika nilai koefisien dari masing-masing validitas item pernyataan yang sedang diuji nilainya lebih besar dari r kritis 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut

merupakan konstruksi yang valid. Tabel berikut merupakan hasil uji validitas variabel yang diteliti:

Tabel 3.3

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Informasi (X₁)

Pernyataan	Koefisien Validitas	r Kritis	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,903	0,30	Valid
Pernyataan 2	0,817	0,30	Valid
Pernyataan 3	0,903	0,30	Valid
Pernyataan 4	0,698	0,30	Valid
Pernyataan 5	0,665	0,30	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.4

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Identitas Personal (X₂)

Pernyataan	Koefisien Validitas	r Kritis	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,666	0,30	Valid
Pernyataan 2	0,803	0,30	Valid
Pernyataan 3	0,731	0,30	Valid
Pernyataan 4	0,859	0,30	Valid
Pernyataan 5	0,898	0,30	Valid
Pernyataan 6	0,788	0,30	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.5
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)

Pernyataan	Koefisien Validitas	r Kritis	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,955	0,30	Valid
Pernyataan 2	0,954	0,30	Valid
Pernyataan 3	0,940	0,30	Valid
Pernyataan 4	0,960	0,30	Valid
Pernyataan 5	0,875	0,30	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.6
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Diversi/Hiburan (X4)

Pernyataan	Koefisien Validitas	r Kritis	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,614	0,30	Valid
Pernyataan 2	0,629	0,30	Valid
Pernyataan 3	0,609	0,30	Valid
Pernyataan 4	0,725	0,30	Valid
Pernyataan 5	0,498	0,30	Valid

Pernyataan 6	0,817	0,30	Valid
Pernyataan 7	0,732	0,30	Valid
Pernyataan 8	0,764	0,30	Valid
Pernyataan 9	0,725	0,30	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Pada keempat tabel diatas dapat dilihat untuk hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh instrument penelitian memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari 0,30 sehingga instrumen-instrumen tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel merupakan instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012:121). Untuk menguji data reliabilitas dengan instrument yang berupa skor yang memiliki tingkatan (ordinal), peneliti menggunakan koefisien reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas instrument (Croanbach Alpha)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir

σ_t^2 = Total varians

Dalam penelitian ini peneliti mengolah menggunakan aplikasi SPSS 2.0 *for windows* dengan pengukuran reliabilitas menggunakan teknik koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*. Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari 0,70. Berikut hasil uji reliabilitas yang telah diolah oleh peneliti:

Tabel 3.7
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	r Kritis	Kesimpulan
Motif Informasi (X1)	0,804	0,70	Reliabel
Motif Identitas Personal (X2)	0,801	0,70	Reliabel
Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)	0,833	0,70	Reliabel
Motif Diversi/Hiburan (X4)	0,764	0,70	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuisisioner masing-masing dimensi motif yang sedang diteliti lebih besar dari 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan kuisisioner padamasing-masing sub variabel bersifat reliabel atau handal untuk mengukur masing-masing variabelnya.

3.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik, pada penelitian ini peneliti menggunakan studi deskriptif. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2012:147).

Melalui teknik analisis ini, peneliti akan memaparkan data penelitian yang berupa jawaban yang diperoleh dari responden melalui kuesioner ke dalam bentuk tabel, lalu peneliti akan melakukan penilaian terhadap data tersebut. Pengukuran akan dilakukan menggunakan tabel frekuensi yang dihitung secara presentase dari jumlah jawaban yang diberikan responden dalam kuesioner. Data dari hasil penelitian tersebut akan diakumulasikan, disusun secara sistematis, dan ditabulasi dengan tabel distribusi frekuensi, lalu kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Data dan analisis selanjutnya akan diinterpretasikan untuk mengetahui makna dari hasil penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, terdapat 100 orang responden yang dijadikan sampel penelitian. Responden yakni para pengikut akun *OfficialLINE Webtoon ID*. Analisis karakteristik responden pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan akan disajikan melalui *pie chart*. Terdapat tiga karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Karakteristik responden berdasarkan usia
2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin
3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

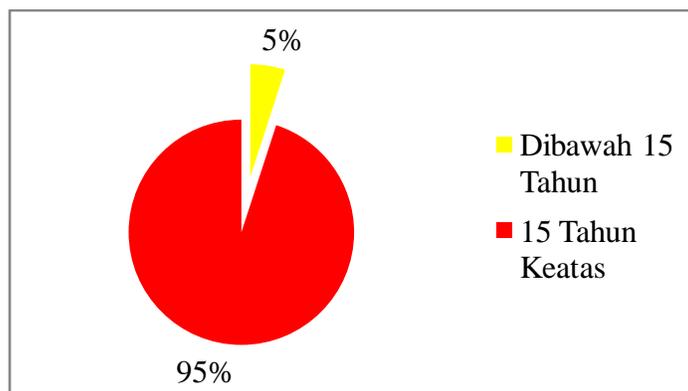
Berikut merupakan data karakteristik responden pada penelitian ini:

4.1.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan usia. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.1

Gambaran Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

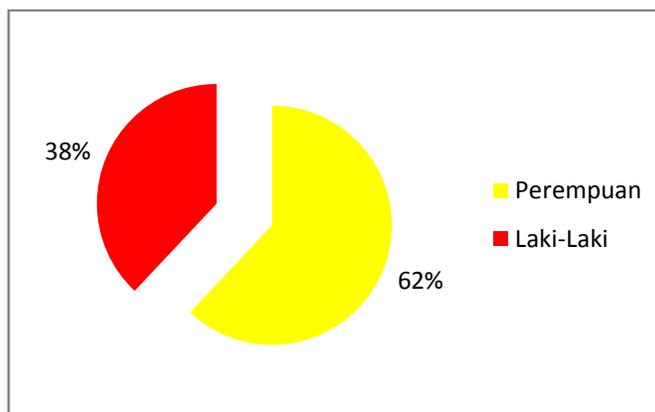
Dari 100 responden yang diteliti menunjukkan bahwa responden yang berusia dibawah 15 tahun sebanyak lima orang dengan persentase sebesar 5%. Responden yang berusia 15 tahun keatas sebanyak 95 orang dengan persentase sebesar 95%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden terbanyak berusia 15 tahun keatas yaitu sebanyak 95 orang. Hal tersebut menandakan bahwa khalayak yang menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* sebagian besar merupakan usia remaja hingga dewasa.

4.1.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.2

Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

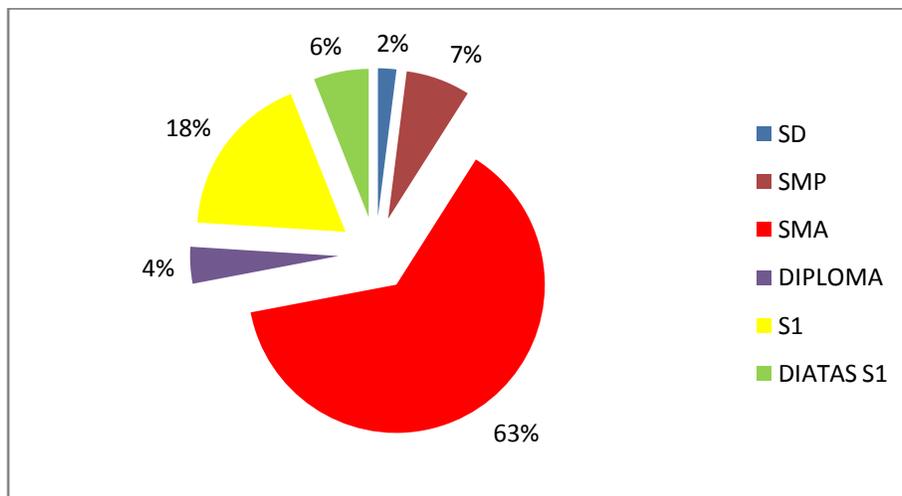
Data diatas menunjukkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Sebanyak 38 responden dengan presentase sebesar 38% adalah responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sisanya sebanyak 62 responden dengan presentase sebesar 62% adalah responden berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan data tersebut, responden berjenis kelamin perempuan menjadi mayoritas dengan jumlah responden sebanyak 62 orang responden dari total keseluruhan 100 responden. Dengan adanya hal tersebut, dapat terlihat bahwa khalayak yang memiliki motif dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* memiliki khalayak yang berjenis kelamin perempuan daripada khalayak yang berjenis kelamin laki-laki.

4.1.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.3
Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Dari 100 responden yang diteliti sebanyak 63 orang dengan persentase sebesar 63% memiliki pendidikan terakhir SMA. Hal ini menunjukkan pendidikan terakhir SMA lebih dominan memiliki motif dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.

4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motif (X)

Dari jawaban 100 responden diperoleh jawaban mengenai variabel Motif (X) sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Mengenai Item-Item Pernyataan Pada Variabel Motif (X)

No Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total Skor	Rata- Rata	%
	SS	S	TS	STS			
1	23	40	35	2	284	2,84	71,00%
2	11	35	38	16	241	2,41	60,25%
3	7	44	46	3	227	2,27	56,75%
4	8	58	29	5	269	2,69	67,25%
5	23	54	19	4	296	2,96	74,00%
6	8	64	26	2	278	2,78	69,50%
7	23	54	23	0	218	2,18	54,50%
8	33	58	8	1	322	3,22	80,50%
9	17	58	25	0	292	2,92	73,00%
10	34	45	17	4	309	3,09	77,25%
11	17	57	23	3	288	2,88	72,00%
12	21	50	27	2	290	2,90	72,50%
13	9	56	34	1	273	2,73	68,25%
14	16	54	28	2	284	2,84	71,00%
15	16	47	37	0	279	2,79	69,75%
16	13	52	34	1	277	2,77	69,25%

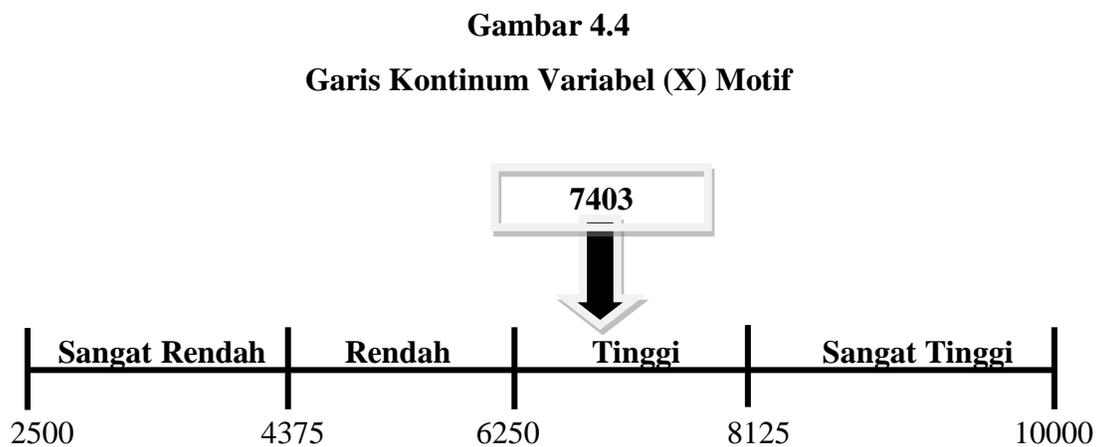
17	43	35	16	6	315	3,15	78,75%
18	50	25	24	1	324	3,24	81,00%
19	62	24	12	2	346	3,46	86,50%
20	54	37	8	1	344	3,44	86,00%
21	52	22	25	1	325	3,25	81,25%
22	51	27	20	2	327	3,27	81,75%
23	57	28	14	1	341	3,41	85,25%
24	53	36	10	1	341	3,41	85,25%
25	32	50	17	1	313	3,13	78,25%
TOTAL					7403	74,03	
					Rata-Rata	2,96	

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Pada variabel Motif (X) dengan jumlah item pernyataan 25 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 7403 atau dengan presentase sebesar 74,03%, maka rentang skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai motif diperoleh hasil sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor kategori} &= \frac{(100 \times 25 \times 4) - (100 \times 25 \times 1)}{4} \\
 &= \frac{10000 - 2500}{4} \\
 &= 1875
 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 1875 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai Motif (X) diperoleh rentang sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Melalui jumlah skor tanggapan dari 25 butir pernyataan yang diajukan mengenai variabel Motif (X), maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Motif (X) termasuk dalam kategori ‘Tinggi’. Untuk dapat lebih jelasnya, pejabaran sub-sub variabel dapat diketahui melalui data-data berikut ini:

4.1.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Motif Informasi (X₁)

Dari jawaban 100 responden diperoleh jawaban mengenai sub variabel Motif Informasi (X₁), sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Mengenai Item-Item Pernyataan Pada Sub Variabel Motif Informasi (X₁)

No Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total Skor	Rata- Rata	%
	SS	S	TS	STS			
1	23	40	35	2	284	2,84	71,00%
2	11	35	38	16	241	2,41	60,25%
3	7	44	46	3	227	2,27	56,75%
4	8	58	29	5	269	2,69	67,25%
5	23	54	19	4	296	2,96	74,00%
Total					1317	13,17	65,85%
Rata-Rata= 2,63							

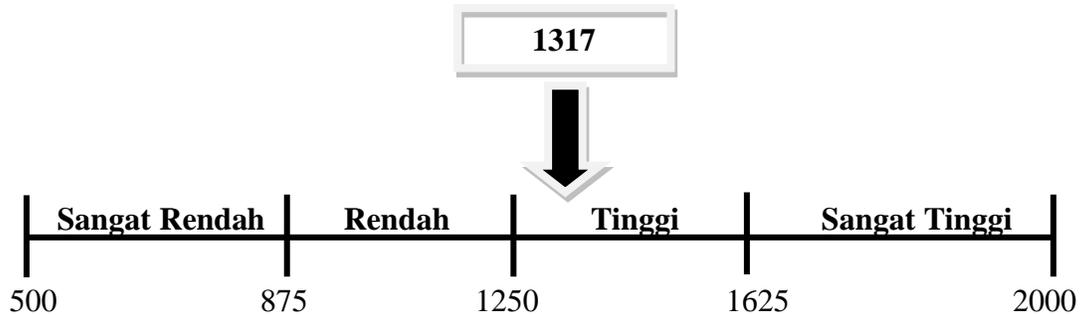
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Pada sub variabel Motif Informasi (X_1) dengan jumlah item pernyataan 5 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 1317, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor kategori} &= \frac{(100 \times 5 \times 4) - (100 \times 5 \times 1)}{4} \\
 &= \frac{2000 - 500}{4} \\
 &= 375
 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 375 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 5 butir pernyataan mengenai Motif Informasi (X_1) diperoleh rentang sebagai berikut:

Gambar 4.5
Garis Kontinum Motif Informasi (X₁)



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Melalui jumlah skor tanggapan dari 5 butir pernyataan yang diajukan mengenai sub variabel Motif Informasi (X₁), maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Motif Informasi (X₁) termasuk dalam kategori ‘Tinggi. Secara detail, jawaban responden mengenai setiap item pernyataan tentang Motif Informasi (X₁) dapat diketahui melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE Webtoon untuk mengetahui informasi tentang berbagai macam webtoon yang ada pada aplikasi tersebut”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	40	40%
Tidak Setuju	35	35%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 63% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 37% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui informasi tentang berbagai macam *webtoon* yang ada pada aplikasi tersebut.

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui informasi tentang Negara Korea Selatan”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	35	35%
Tidak Setuju	38	38%
Sangat Tidak Setuju	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 46% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 54% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui informasi tentang Negara Korea Selatan.

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui bimbingan meyangkut berbagai pendapat”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	7	7%

Setuju	44	44%
Tidak Setuju	46	46%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 51% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 49% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui bimbingan meyangkut berbagai pendapat.

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui bimbingan meyangkut berbagai masalah”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	58	58%
Tidak Setuju	29	29%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 66% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 34% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengetahui bimbingan meyangkut berbagai masalah.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk menambah pengetahuan saya tentang berbagai macam informasi”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 77% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 23% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk menambah pengetahuan saya tentang berbagai macam informasi.

4.1.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Motif Identitas Personal/Pribadi (X2)

Dari jawaban 100 responden diperoleh jawaban mengenai sub variabel Motif Identitas Personal/Pribadi(X2) sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Item-Item Pernyataan Pada Sub Variabel Motif Identitas Personal/Pribadi(X2)

No Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total Skor	Rata-Rata	%
	SS	S	TS	STS			
6	8	64	26	2	278	2,78	69,50%
7	23	54	23	0	218	2,18	54,50%

8	33	58	8	1	322	3,22	80,50%
9	17	58	25	0	292	2,92	73,00%
10	34	45	17	4	309	3,09	77,25%
11	17	57	23	3	288	2,88	72,00%
Total					1707	17,07	71,13%
Rata-Rata= 2,85							

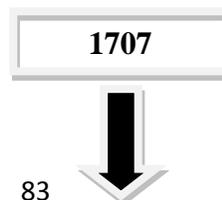
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

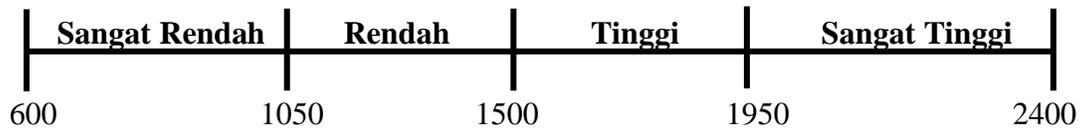
Pada sub variabel Motif Identitas Personal/Pribadi(X2) dengan jumlah item pernyataan 6 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 1707, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor kategori} &= \frac{(100 \times 6 \times 4) - (100 \times 6 \times 1)}{4} \\
 &= \frac{2400 - 600}{4} \\
 &= 450
 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 450 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 6 butir pernyataan mengenai Motif Identitas Personal/Pribadi(X2) diperoleh rentang sebagai berikut:

Gambar 4.6
Garis Kontinum Motif Identitas Personal/Pribadi(X2)





Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Melalui jumlah skor tanggapan dari 6 butir pernyataan yang diajukan mengenai sub variabel Motif Identitas Personal/Pribadi(X₂) maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Motif Identitas Personal/Pribadi(X₂) termasuk dalam kategori ‘Tinggi. Secara detail, jawaban responden mengenai setiap item pernyataan tentang Motif Identitas Personal/Pribadi(X₂) dapat diketahui melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk menemukan contoh perilaku yang baik”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	64	64%
Tidak Setuju	26	26%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 72% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 28% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk menemukan contoh perilaku yang baik.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk belajar berbagai macam hal mengenai *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	23	23%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 77% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 23% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk belajar berbagai macam hal mengenai *webtoon*.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan inspirasi dari isi *webtoon* tersebut”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	58	58%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 91% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 9% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan inspirasi dari isi *webtoon* tersebut.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan kemampuan tentang hobi yang saya minati”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	17	17%
Setuju	58	58%
Tidak Setuju	25	25%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 75% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 25% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan kemampuan tentang hobi yang saya minati.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE Webtoon agar saya dapat mengekspresikan diri saya”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	45	45%
Tidak Setuju	17	17%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 79% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 21% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE Webtoonagar saya dapat mengekspresikan diri saya.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE Webtoon agar saya mendapatkan pemenuhan diri (aktualisasi diri)”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	17	17%
Setuju	57	57%
Tidak Setuju	23	23%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 74% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 26% responden menyatakan Tidak Setuju

dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* saya mendapatkan pemenuhan diri (aktualisasi diri).

4.1.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)

Dari jawaban 100 responden diperoleh jawaban mengenai sub variabel Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Item-Item Pernyataan Pada Sub Variabel Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)

No Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total Skor	Rata- Rata	%
	SS	S	TS	STS			
12	21	50	27	2	290	2,90	72,50%
13	9	56	34	1	273	2,73	68,25%
14	16	54	28	2	284	2,84	71,00%
15	16	47	37	0	279	2,79	69,75%
16	13	52	34	1	277	2,77	69,25%
Total					1403	14,03	70,15%
Rata-Rata= 2,81							

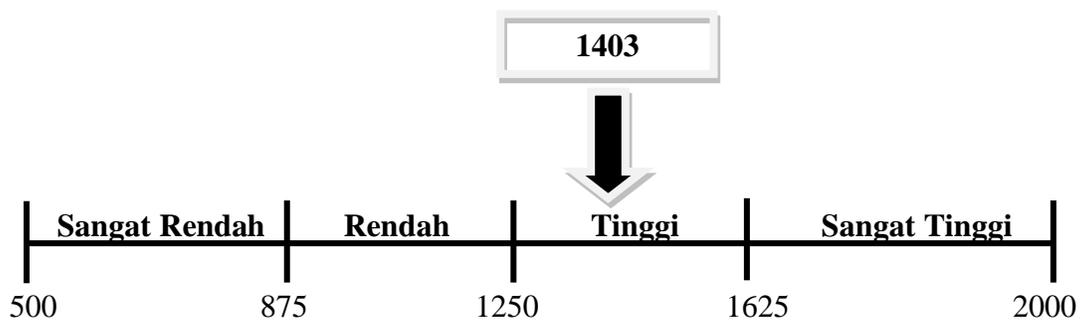
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Pada sub variabel Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) dengan jumlah item pernyataan 5 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 1403, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor kategori} &= \frac{(100 \times 5 \times 4) - (100 \times 5 \times 1)}{4} \\
 &= \frac{2000 - 500}{4} \\
 &= 375
 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 375 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 5 butir pernyataan mengenai Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) diperoleh rentang sebagai berikut:

Gambar 4.7
Garis Kontinum Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3)



Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Melalui jumlah skor tanggapan dari 5 butir pernyataan yang diajukan mengenai sub variabel Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) termasuk dalam kategori 'Tinggi'.

Secara detail, jawaban responden mengenai setiap item pernyataan tentang Motif Integrasi/Interaksi Sosial (X3) dapat diketahui melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.16

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar saya dapat menemukan bahan pembicaraan dengan sesama penyuka *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	21	21%
Setuju	50	50%
Tidak Setuju	27	27%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 71% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 29% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar dapat menemukan bahan pembicaraan dengan sesama penyuka *webtoon*.

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar saya dapat lebih bersosialisasi dengan sesama penyuka *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	9	9%

Setuju	56	56%
Tidak Setuju	34	34%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 65% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 35% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar dapat lebih bersosialisasi dengan sesama penyuka *webtoon*.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar saya merasa lebih dekat dengan sesama penyuka *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	16	16%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	28	28%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 70% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 30% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar merasa lebih dekat dengan sesama penyuka *webtoon*.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mempererat hubungan dengan sesama penyuka *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	16	16%
Setuju	47	47%
Tidak Setuju	37	37%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 63% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 37% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mempererat hubungan dengan sesama penyuka *webtoon*.

Tabel 4.20

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk dapat mengidentifikasi diri dengan sesama penyuka *webtoon*”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	52	52%
Tidak Setuju	34	34%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 65% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 35% responden menyatakan Tidak Setuju

dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk dapat mengidentifikasi diri dengan sesama penyuka *webtoon*.

4.1.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Motif Diversi/Hiburan (X4)

Dari jawaban 100 responden diperoleh jawaban mengenai sub variabel Motif Diversi/Hiburan (X4) sebagai berikut:

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Item-Item Pernyataan Pada Sub Variabel Motif Diversi/Hiburan (X4)

No Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total Skor	Rata- Rata	%
	SS	S	TS	STS			
17	43	35	16	6	315	3,15	78,75%
18	50	25	24	1	324	3,24	81,00%
19	62	24	12	2	346	3,46	86,50%
20	54	37	8	1	344	3,44	86,00%
21	52	22	25	1	325	3,25	81,25%
22	51	27	20	2	327	3,27	81,75%
23	57	28	14	1	341	3,41	85,25%
24	53	36	10	1	341	3,41	85,25%
25	32	50	17	1	313	3,13	78,25%
Total					2941	29,41	82,67%
Rata-Rata= 3,26							

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

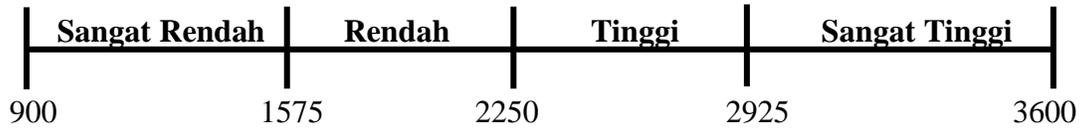
Pada sub variabel Motif Diversi/Hiburan (X4) dengan jumlah item pernyataan 9 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 2941, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor kategori} &= \frac{(100 \times 9 \times 4) - (100 \times 9 \times 1)}{4} \\ &= \frac{3600 - 900}{4} \\ &= 675 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 675 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 9 butir pernyataan mengenai Motif Diversi/Hiburan (X4) diperoleh rentang sebagai berikut:

Gambar 4.8
Garis Kontinum Motif Diversi/Hiburan (X4)





Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Melalui jumlah skor tanggapan dari 9 butir pernyataan yang diajukan mengenai sub variabel Motif Diversi/Hiburan (X4) maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Motif Diversi/Hiburan (X4) termasuk dalam kategori ‘Sangat Tinggi’. Secara detail, jawaban responden mengenai setiap item pernyataan tentang Motif Diversi/Hiburan (X4) diketahui melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.22

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melepaskan diri saya dari masalah”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	43	43%
Setuju	35	35%
Tidak Setuju	16	16%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 78% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 22% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melepaskan diri saya dari masalah.

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melupakan masalah yang saya hadapi”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	50	50%
Setuju	25	25%
Tidak Setuju	24	24%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 75% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 25% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melupakan masalah yang saya hadapi.

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melepaskan diri saya dari kejenuhan”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	62	62%
Setuju	24	24%
Tidak Setuju	12	12%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 86% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 14% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melepaskan diri saya dari kejenuhan.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk bersantai”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	54	54%
Setuju	37	37%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 91% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 9% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk bersantai.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengisi waktu luang”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	52	52%
Setuju	22	22%
Tidak Setuju	25	25%

Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 74% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 26% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mengisi waktu luang.

Tabel 4.26

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk membantu dalam menyalurkan emosi”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	51	51%
Setuju	27	27%
Tidak Setuju	20	20%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 78% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 22% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk membantu dalam menyalurkan emosi.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Disaat saya merasa bosan dengan rutinitas sehari-hari, aplikasi LINE *Webtoon* menjadi salah satu alternatif yang menjadi hiburan”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	57	57%
Setuju	28	28%
Tidak Setuju	14	14%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 85% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 15% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* menjadi salah satu alternative hiburan disaat merasa bosan.

Tabel 4.28

Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar merasa terhibur”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	53	53%
Setuju	36	36%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 89% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 11% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* merasa terhibur.

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Item Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan kesenangan”

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	32	32%
Setuju	50	50%
Tidak Setuju	17	17%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 82% responden menyatakan Sangat Setuju dan atau Setuju, sedangkan sebesar 18% responden menyatakan Tidak Setuju dan atau Sangat Tidak Setuju bahwa menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk mendapatkan kesenangan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Untuk dapat mengetahui motif pengikut Akun *Official LINE Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*, maka peneliti menggunakan jenis-jenis motif menurut McQuail. Menurut McQuail, dalam penggunaan media massa, motif dibagi menjadi empat kategori, yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi/interaksi sosial, dan motif diversi/hiburan.

Pada penelitian ini, motif diversi/hiburan memiliki presentase tertinggi yaitu mencapai 82,67%, indicator pada sub variabel ini diantaranya yaitu melepaskan diri dari masalah yang dihadapi, bersantai dan mengisi waktu luang, penyaluran emosi, mendapatkan hiburan dan kesenangan. Hal ini didukung dengan konten yang ada dalam LINE *Webtoon* itu sendiri yang berisikan cerita-cerita *webtoon* yang merupakan suatu hiburan yang memiliki nilai unsur-unsur diatas. Terlihat dari beberapa item pernyataan yang memiliki presentase tinggi pada poin ‘sangat setuju’ seperti pada item ‘saya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* untuk melepaskan diri dari kejenuhan’ yang memiliki presentase sebesar 62% pada poin ‘sangat setuju’ melebihi item pernyataan lainnya. Hal ini menjadikan bukti bahwa aplikasi LINE *Webtoon* dominan dijadikan sebagai pelepas kejenuhan yang menjadikan motif hiburan sebagai motif yang memiliki presentase tertinggi diantara yang lainnya.

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, dan hasil penelitian yang telah dianalisis serta dikaitkan dengan tujuan dari identifikasi masalah, maka berikut merupakan pembahasan tentang variabel X yang terdiri dari empat sub variabel pada penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.2, hasil olahan data menunjukkan bahwa motif informasi pada pengikut akun *Official LINE Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* termasuk dalam kategori ‘Tinggi’ namun tidak lebih tinggi daripada kategori motif lainnya. Pada tabel tersebut, skor jawaban dari responden sebesar 1317 dengan presentase sebesar 65,85%.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif informasi, terdapat berbagai macam informasi yang ada pada LINE *Webtoon* seperti misalnya saja tentang kisah dan pembelajaran dalam hidup. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, *Webtoon* pada umumnya berisikan kisah-kisah yang diambil dari kehidupan sehari-hari penulisnya, baik berupa pengalaman pribadi maupun hasil pengamatan sekitar. Beberapa

responden mengakui bahwa terdapat beberapa kisah *webtoon* dapat memberikan bimbingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap masalah yang sedang dilalui oleh responden. Tidak hanya itu, *webtoon* asli Korea Selatan yang diterjemahkan kedalam beragam bahasa membuat responden mengetahui bagaimana perkembangan budaya sehari-hari di Korea Selatan mengingat tidak semua pengguna aplikasi LINE *Webtoon* merupakan seseorang yang menyukai budaya Korea Selatan. Banyaknya informasi yang bisa didapat dari LINE *Webtoon* ini membuat pengetahuan khalayak bertambah dan menjadikan informasi sebagai salah satu motif yang digunakan khalayak dalam menggunakan aplikasi ini. Oleh karena itu mengapa motif informasi dapat dikategorikan tinggi.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.8, hasil olahan data menunjukkan bahwa motif identitas pribadi pada pengikut akun *Official LINE Webtoon ID* dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* termasuk dalam kategori ‘Tinggi’. Pada tabel tersebut, skor jawaban dari responden sebesar 1707 dengan presentase sebesar 71,13%.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif identitas pribadi, terdapat beberapa nilai-nilai berharga dari konten *webtoon* yang didapatkan oleh khalayak responden, seperti misalnya dengan membaca *webtoon*, dapat menumbuhkan semangat pembaca sehingga pembaca juga dapat ikut berpartisipasi dalam penulisan ide untuk alur *webtoon* yang dibacanya. Tidak hanya itu, pembaca juga dapat berpartisipasi dalam menulis cerita atau kisah *webtoon* terbaru dan meraih kesempatan bekerja sama dengan LINE *Webtoon* yang akan menguntungkan kedua belah pihak, baik pihak penulis maupun LINE *Webtoon* itu sendiri.

Selain itu, terdapat indikator ‘aktualisasi diri’ yang menimbulkan motif tersendiri. Misalnya saja, ketika membaca *webtoon*, khalayak dapat terhanyut kedalam alur cerita *webtoon* dan merasakan langsung bagaimana jika menjadi salah satu tokoh yang ada dalam cerita *webtoon* tersebut.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.15, hasil olahan data menunjukkan bahwa motif integrasi/interaksi sosial pada pengikut akun *Official LINE Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi *LINE Webtoon* termasuk dalam kategori ‘Tinggi’. Pada tabel tersebut, skor jawaban dari responden sebesar 1403 dengan presentase sebesar 70,15%.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif integrasi/interaksi sosial, terdapat beberapa indikator-indikator yang terkait seperti agar dapat menemukan bahan pembicaraan dengan sesama penyuka *webtoon*, agar dapat bersosialisasi, agar merasa lebih dekat, untuk mempererat hubungan dan untuk dapat mengidentifikasi diri antar sesama penyuka *webtoon*.

Khalayak responden pada nyatanya menggunakan aplikasi *LINE Webtoon* agar dapat menemukan bahan pembicaraan dengan khalayak yang mempunyai ketertarikan yang sama yaitu untuk hal membaca *webtoon*. Ketika mereka membaca suatu cerita *webtoon*, mereka akan dapat lebih muda bersosialisasi dan berbagi cerita ke sesamanya. Dari bersosialisasi dan berbagi cerita inilah hubungan mereka menjadi lebih dekat dan dapat mengidentifikasi diri sebagai sesama penyuka *webtoon*.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.21, hasil olahan data menunjukkan bahwa motif diversifikasi/hiburan pada pengikut akun *Official LINE Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi *LINE Webtoon* termasuk dalam kategori ‘Sangat Tinggi’. Pada tabel tersebut, skor jawaban dari responden sebesar 2941 dengan presentase sebesar 82,67%.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif diversifikasi/hiburan, terdapat beberapa indikator-indikator yang terkait seperti melepaskan diri dari masalah, melepaskan diri dari kejenuhan, bersantai, menyalurkan emosi, menjadikan aplikasi ini sebagai alternatif hiburan, dan untuk mendapatkan kesenangan. Diantara beberapa

indikator tersebut, indikator melepaskan diri dari kejenuhan memiliki poin 'sangat setuju' yang paling tinggi, yaitu 62 responden atau dengan presentase sebesar 62% banyaknya. Hal ini membuktikan bahwa khalayak responden dominan menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai media bacaan *webtoon* untuk melepaskan diri dari kejenuhan. Indikator lainnya seperti menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* menjadi salah satu alternative hiburan juga memiliki poin 'sangat setuju' tertinggi kedua yaitu sebanyak 57 khalayak responden atau dengan presentase sebesar 57%. Hal ini juga memberikan bukti bahwa khalayak responden dominan menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai alternatif hiburan dikala merasa bosan dengan rutinitas keseharian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada penelitian tentang “Motif Pengikut Akun *Official LINE Webtoon* ID Dalam Menggunakan Aplikasi *LINE Webtoon*”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi *LINE Webtoon* yang menggunakan media ini sebagai portal membaca *webtoon* memiliki beragam motif dalam menggunakannya, motif yang utama dan memiliki pengaruh yang signifikan adalah motif diversifikasi atau hiburan terutama sebagai pelepas kejenuhan.
2. Dari hasil analisis pada penelitian ini, variabel motif diversifikasi atau hiburan memiliki hasil terbesar atau sangat tinggi dengan presentase sebesar 82,67% dibandingkan variabel motif lainnya seperti motif informasi dengan presentase sebesar 65,85%, motif identitas personal dengan presentase sebesar 71,13%, dan motif interaksi sosial dengan presentase sebesar 70,15%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan khalayak maupun individu-individu pecinta bacaan *webtoon* khususnya di Indonesia dapat mempelajari motif pengguna khususnya pembaca yang menggunakan aplikasi *LINE Webtoon* sebagai media bacaan *webtoon*

sehingga dapat mengembangkan kreatifitas demi kemajuan dalam meningkatkan suatu kualitas bacaan khalayak di Indonesia.

2. Peneliti juga berharap agar LINE Webtoon dapat meningkatkan informasi yang terkait didalam setiap konteks *webtoon* nya sehingga motif informasi pengguna LINE *Webtoon* khususnya pembaca yang menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* sebagai media bacaan webtoon dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akdon, dan Riduwan. (2006). Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian Untuk Administrasi dan Manajemen. Bandung: Dewa Ruci
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- As'ad M. (1995). Psikologi Industri. Yogyakarta: Liberti
- Effendy, Onong Uchyana. (2004). Dinamika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Griffin Em. (2006). A First Look at Communication Theory. USA: McGraw Hill
- Gumelar, M.S. (2011). Comic Making. Jakarta: PT Indeks
- Knapp, Mark I DAN Daly, John A. (2002). Handbook of Interpersonal Communication, Third Edition. Sage Publication; London
- Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- McCloud, Scott. (1993). Understanding Comic, Jakarta : Penerbit Gramedia
- McQuail, Denis. (2011) Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. (2007). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Poerwandari, E. Kristi. (1998). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Universitas Terbuka
- Rakhmat, Jalaluddin. (1989). Psikologi Komunikasi. Bandung: Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Rosdakarya
- Rogers, Everett M. (1986). Communication Technology: The New Media In Society. New York: New York The Free Press
- Sidharta, Lani. (1996). Internet Informasi Bebas Hambatan. Jakarta: Elek Media Komputindo
- Silalahi, Uber. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. (2012). Metode Penelitian. Bandung: PT. Refika Aditama
- Sujarweni, V. Wiratna. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Walgito, Bimo. (1997). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset

Skripsi

- Ashari, Denia Putri (2015). Motif Interaksi Sosial Pada Social Networking SECRET (Studi Deskriptif Pengguna Social Networking SECRET Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung). Telkom University Bandung: tidak diterbitkan
- Pradita, Zildhan (2012). Motif Pembaca pada Majalah MEN'S HEALTH (Studi Deskriptif Motif Pembaca Pada Majalah Men's Health Di Surabaya). UPN Veteran Jawa Timur: tidak diterbitkan

- Puspitorini, Dyah Ayu (2016). Motif Dan Kepuasan Penggunaan Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013). Fakultas Komunikasi dan Informatika: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Putri, Oriza Kusuma (2012). Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Jejaring Sosial Facebook (Studi Deskriptif Tentang Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Jejaring Sosial Facebook di Kota Mojokerto). UPN Veteran Jawa Timur: tidak diterbitkan
- Rahmadhani, Marlia (2015). Motif Dalam Menonton Program Variety Show Running Man (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @RMbdgIndonesia). Universitas Telkom
- Sugiyanti, Arif (2011). Motif Dan Perbedaan Gender Dalam Menggunakan Facebook (Studi Deskriptif Kuantitatif Personal Branding Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2011). Universitas Muhammadiyah Surakarta: tidak diterbitkan

E-Jurnal

- Angkari, Sherlycin (2010). "Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO". Jurnal E-Komunikasi No.3 Tahun 2013, Hal.37-40, Surabaya, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen. Diakses dari

<http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/919/819> pada 28 April 2016, pukul 20.15 WIB

Drestya, Dyane Aulia (2014). Motif Menggunakan Media Social PATH Pada Mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol.3/ No.3/ Published: 2014-05: Universitas Airlanga Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-commmd0a54a042afull.pdf> pada 28 April 2016, pukul 21.00 WIB

Karman (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol.17, No.1 : IPI. Diakses dari <http://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/129/119> pada 28 April 2016, pukul 22.18 WIB

Kim, Bo Hyun dan Nan Ji (2012). Following Media Development, a Study About the Convergence of Comics and Multimedia. *Journal of Digital Contents Society* Volume e 13, Issue 1, 2012, pp.119-127: Korean Institute of Science and Technology Information. Diakses dari <http://www.readcube.com/articles/10.9728/dcs.2012.13.1.119> pada tanggal 29 April 2016, pukul 10.15 WIB.

Lynn, Hyung-Gu (2016). *Korean Webtoons: Explaining Growth*: Institute of Asian Research and the Department of Asian Studies, University of British Columbia. Diakses dari <http://www.asiapacificmemo.ca/wp-content/uploads/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf> pada tanggal 29 April 2016, pukul 10.35 WIB

Rico, Forza dan Fuady, M.E (2015). Makna Emoticon Dalam Sosial Media PATH. *Prosiding Hubungan Masyarakat UNISBA*. Diakses dari <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/157/pdf> pada tanggal 27 April 2016, pukul 14.30 WIB.

Setyowati, Fenny (2013). Motif Penggunaan Aplikasi KakaoTalk (Studi Deskriptif Mengenai Motif Komunitas Korea KFriends Menggunakan Aplikasi KakaoTalk): Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY. Diakses dari <http://e-journal.uajy.ac.id/4671> pada tanggal 29 April 2016 pukul 14.20 WIB

Solihat, Manap (2013). Motif Membaca Surat Kabar Dan Orientasi Pemenuhan Informasi Mahasiswa. JIPSI: Jurnal Ilmiah Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM. Diakses dari <http://jipsi.fisip.unikom.ac.id/jurnal/motif-membaca-surat-kabar-dan.1> pada tanggal 2 Mei 2016, pukul 11.15 WIB

Utomo, Dea Anggraeni (2013). Motif Penguin Jejaring Sosial GOOGLE+ Di Indonesia. Jurnal E-Komunikasi: Universitas Kristen Petra. Diakses dari <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/929/829> pada tanggal 1 Mei 2016, pukul 23.25 WIB

Internet

Amalia, Ellavie (2015, 8 Juli). LINE Webtoon Telah Diunduh 1,5 Juta Kali, diakses dari <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/zNAOqpwk-line-webtoon-telah-diunduh-1-5-juta-kali> pada 8 April 2016, pukul 11.05 WIB

Anonim, *About LINE Webtoon* diakses dari <http://www.Webtoons.com/en/about> pada 15 April 2016, pukul 13.15 WIB

Anonim, Akhirnya, Korea Ditetapkan sebagai Guest of Honour IIBF 2015 diakses dari <http://iibf.id/news/akhirnya-korea-ditetapkan-sebagai-guest-of-honour-iibf-2015> pada 15 April 2016, pukul 16.15 WIB

- Anonim, LINE Webtoon Membaca Komik Melalui Ponsel Kapan Saja dan Dimana Saja diakses dari <http://marketplus.co.id/2015/05/line-webtoon-membaca-komik-melalui-ponsel-kapan-saja-dan-di-mana-saja/> pada 21 April 2016, pukul 10.10 WIB
- Antara (2015, 2 Mei). LINE Hadirkan Webtoon, Platform Digital Bagi Pecinta Komik, diakses dari <http://www.timesindonesia.co.id/read/101102/20150512/111600/line-hadirkan-webtoon-platform-digital-bagi-pecinta-komik/> pada 15 April 2016, pukul 15.10 WIB
- Cabeal, Dustin (2015, 27 Februari). An Interview With Junkoo Kim, Creator of LINE Webtoon, diakses dari <http://www.timesindonesia.co.id/read/101102/20150512/111600/line-hadirkan-webtoon-platform-digital-bagi-pecinta-komik/> pada 19 April 2016, pukul 18.10 WIB
- Ha Sun-jin and Lee Su-mi (2012, 9 April), *Webtoon, Why So Popular?*, Dongguk University's English Magazine: The Dongguk Post diakses dari <http://www.dgupost.com/news/articleView.html?idxno=1247> pada 08 April 2016, pukul 09.10 WIB
- Tia (2015, 17 Maret). Korea Jadi Tamu Kehormatan di Indonesia International Book Fair 2015. Diakses dari <http://hot.detik.com/art/2861290/korea-jadi-tamu-kehormatan-di-indonesia-international-book-fair-2015> pada 15 April 2016 pukul 15.30 WIB
- Widiartanto, Yoga (2015, 9 Agustus). LINE Berburu Komikus Indonesia Untuk Webtoon diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2015/08/09/090640931/Line.Berburu.Komikus.Indonesia.untuk.Webtoon> pada 18 April 2016 pukul 11,10 WIB