

**MOTIF *SUBSCRIBER CHANNEL* YOUTUBE KOKIKU TV
MENONTON TUTORIAL MEMASAK DI *CHANNEL*
YOUTUBE KOKIKU TV**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh

Nama : Dini Nur Auliya

NIM : 1406015038

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2018**

HALAMAN PERNYATAAN

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Nama : Dini Nur Auliya
NIM : 1406015038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV Menonton
Tutorial Memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Desember 2018

Yang Menyatakan



Tanda Tangan
Dini Nur Auliya

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Judul Skripsi : Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV
Menonton Tutorial Memasak di *Channel* YouTube
Kokiku TV
Nama : Dini Nur Auliya
NIM : 1406015038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian sidang skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Sri Mustika, M.Si


Dr. Maryono Basuki, M.Si

Tanggal: 04/01/2019


Tanggal: 04/01/2019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV Menonton
Tutorial Memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV
Nama : Dini Nur Auliya
NIM : 1406015038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran


Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 01 Desember 2018, dan dinyatakan LULUS.


Dini Wahdyati, S.Sos., M.I.Kom.


Penguji I
Tanggal: 26-01-2018


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Penguji II
Tanggal: 9/01/2019


Dr. Sri Mustika, M.Si.

Pembimbing I
Tanggal: 09/01/2019


Dr. Maryono Basuki, M.Si.

Pembimbing II
Tanggal: 4/01/2019

Mengetahui,
Dekan



Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

NIM : 1406015038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 71 + xliii halaman + 22 tabel + 2 gambar

Seiring dengan perkembangan zaman, program kuliner tidak hanya ada di televisi. Saat ini tayangan kuliner sudah merambah ke media sosial, seperti YouTube. Program kuliner yang ada di YouTube dimiliki oleh *Channel* YouTube Kokiku TV. Kokiku TV merupakan portal kuliner berbasis daring yang menyuguhkan informasi, solusi memasak yang *real* dan praktis, resep mudah superlezat, trik menghias makanan dengan format video tutorial. Dalam mengakses media sosial, khususnya YouTube, individu memiliki motif yang berbeda-beda dalam menentukan pilihannya terhadap media yang akan digunakannya, juga berbeda pula tujuan yang ingin dicapai melalui media tersebut.

Peneliti meneliti tentang motif *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV menonton tutorial memasak di *channel* YouTube Kokiku TV. Tujuan peneliti dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif *subscriber* menonton tutorial memasak di *channel* YouTube Kokiku TV.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Responden dalam penelitian ini adalah *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV yang berjumlah 100 orang (*subscriber*).

Hasil penelitian menggambarkan bahwa Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV berdasarkan profesi, hobby dan usaha kuliner yang dimiliki berharap akan mendapatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai langkah-langkah dan bahan-bahan memasak dengan menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji mengenai motif dan kepuasan secara bersamaan, dengan menggunakan metode survey dan ditambah dengan wawancara, guna penelitiannya menjadi lebih mendalam untuk kajian komunikasi.

KATA PENGANTAR



Segala puji hanya ditujukan kepada Allah swt yang telah melimpahkan karunia, rahmat serta berkat-Nya sehingga peneliti dapat menyusun Skripsi ini. Tak lupa shalawat dan salam senantiasa peneliti panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw beserta keluarga dan para sahabat-Nya yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju alam pencerahan.

Skripsi merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian guna memperoleh gelar sarjana komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (FISIP UHAMKA).

Peneliti bersyukur dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Motif Subscriber Channel YouTube Kokiku TV Menonton Tutorial Memasak di Channel YouTube Kokiku TV**”. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos, M.Si. Dekan FISIP UHAMKA.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. Wakil Dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing I, terimakasih atas bimbingan dan segala bantuannya.
3. Dini Wahdiyati S.Sos, M.I.Kom. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
4. Dr. Maryono Basuki, M.Si. Dosen pembimbing II, terimakasih atas saran, masukan, penjelasan, dan bimbingannya.

5. Kedua orang tua dan kakak yang memberikan dukungan moral dan material. Semoga perjuangan mereka dapat menjadikan peneliti sebagai manusia yang berguna untuk agama, negara dan bangsa.
6. Kania Khoirunnisa, terimakasih telah menjadi teman, sahabat, kakak, pembimbing, dan tempat berbagi selama empat tahun masa perkuliahan. Semoga kita selalu bisa menjaga persahabatan ini sampai di Jannah-Nya.
7. Teman-teman, Kakak-kakak dan adik-adik di PK IMM FISIP, PC IMM Jakarta Selatan dan Cinematography, khususnya Yoga Triana, Nadya Caesarina, Firda Fauza, Flakers, Ka Ucen, Ka Rochman, Ka Zarkasyi, Ka Dwi, Ka Yuni, Jenny Rahmadiani, Zainab Alghazali, Sari Patmiati dan Prawita Azhari. Semoga kita senantiasa mendapat nikmat sehat, rezeki dan bisa meraih kesuksesan dan cita-cita.
8. Teman-teman FISIP UHAMKA angkatan 2014, khususnya Agustina Anggraini, Sarah Chairunnisa, Abdul Goffar Effendy, Auusa Muhammad, Nazla Fathina, Reyvianto Dwi Putra, Rintani, Daiti Verly, Novi Putri, Nurul Rizqi Hana, selamat berjuang dalam dunia yang sebenarnya. Semoga sukses selalu menyertai kita.

Peneliti menyadari skripsi ini belum sempurna. Peneliti mengharapkan masukan dan saran demi sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca.

Jakarta, 18 Desember 2018

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Pembatasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Signifikansi Penelitian.....	10
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KERANGKA TEORI.....	13
2.1. Paradigma Positivisme	13
2.2.1. Definisi Komunikasi	15
2.2.2. Model Komunikasi.....	17
2.2.3. Elemen-Elemen Komunikasi.....	18

2.2.4. Fungsi Komunikasi	19
2.2.5. Konteks Komunikasi	20
2.3. Penyiaran	21
2.3.1. Pengertian Penyiaran	21
2.3.2. Jenis-Jenis Media Penyiaran	22
2.3.3. Karakteristik Media Penyiaran	25
2.4. Komunikasi Massa	26
2.4.1. Pengertian Komunikasi Massa	26
2.4.2. Fungsi Komunikasi Massa	27
2.4.3. Elemen-Elemen Komunikasi Massa	28
2.5. Media Baru	30
2.6. YouTube	32
2.7. Teori <i>Uses and Gratification</i> (Kegunaan dan Gratifikasi)	33
2.7.1. Pengertian Teori <i>Uses and Gratification</i>	33
2.7.2. Asumsi Teori <i>Uses and Gratification</i>	35
2.7.3. Model <i>Uses and Gratification</i>	35
2.8. Motif	36
2.9. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	37
2.9.1. Definisi Konsep	37
2.9.2. Definisi Operasional	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian	43
3.1.1. Pendekatan Penelitian	43

3.1.2. Jenis Penelitian.....	44
3.1.3. Metode Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.2.1. Populasi Penelitian.....	45
3.2.2. Sampel Penelitian.....	46
3.2.3. Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4. Teknik Analisis Data.....	49
3.5. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	51
3.6. Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Kokiku TV.....	53
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran-saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1. Penelitian Terdahulu	4
Tabel 2.9.1. Definisi Konseptual Motif Mengonsumsi Media (GS).....	39
Tabel 2.9.2. Video Tutorial Memasak di <i>Channel</i> YouTube Kokiku TV	40
Tabel 2.9.3. Operasionalisasi Konsep	41
Tabel 3.5.1. Uji Reliability.....	51
Tabel 3.5.2.....	51
Tabel 3.6.1. Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4.2.1. Uji Normality	54
Tabel 4.2.2.....	54
Tabel 4.2.3.....	55
Tabel 4.2.4. Motif Menonton Tutorial Memasak di Channel YouTube Kokiku TV	55
Tabel 4.2.5. Skor Dimensi.....	56
Tabel 4.2.6. Unsur-unsur Tutorial Memasak di Channel YouTube Kokiku TV ..	56
Tabel 4.2.7. Motif Pemahaman.....	56
Tabel 4.2.8. Motif Pemahaman Berdasarkan Profesi.....	57
Tabel 4.2.9. Motif Pemahaman Berdasarkan Hobby	58
Tabel 4.2.10. Motif Pemahaman Berdasarkan Usaha Kuliner.....	58
Tabel 4.2.11. Motif Pengetahuan	59
Tabel 4.2.12. Motif Pengetahuan Berdasarkan Profesi.....	59
Tabel 4.2.13. Motif Pengetahuan Berdasarkan Hobby	60
Tabel 4.2.14. Motif Pengetahuan Berdasarkan Usaha Kuliner	60
Tabel 4.2.15. Items Skor	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model <i>Uses and Gratifications</i>	36
Gambar 4.1. Logo Kokiku TV	53



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media massa yang memiliki banyak fungsi. Salah satunya yaitu sebagai alat informasi bagi masyarakat baik hanya lingkup nasional maupun internasional (McQuail, 2011: 63). Televisi merupakan alat untuk proses pengiriman pesan pada khalayak, tetapi televisi memiliki program siaran yang dikemas guna memenuhi kebutuhan khalayaknya (*audience*). Setiap program dan segmen yang dibuat oleh produser memiliki jenis program yang berbeda, dari jenis informasi, pendidikan maupun hiburan (Morissan, 2008: 200).

Pada umumnya stasiun televisi berusaha membuat program yang menarik untuk menarik pemirsa (*audience*) (Djamal & Fachruddin, 2013: 127). Salah satu program tayangan yang digemari banyak orang adalah kuliner. Kuliner berasal dari kata *culinaire* (Perancis). Kata kuliner belakangan ini lebih sering terdengar untuk kata lokal boga. Kata kuliner pun semakin sering digunakan di berbagai perhelatan, seperti “festival kuliner” dan “bisnis kuliner”, serta acara-acara di televisi.¹

Program kuliner di televisi Indonesia muncul pertama kali di RCTI pada 1990-an dengan nama Wok With Yan. Tayangan ini di produksi stasiun televisi Kanada, CBC. Pemandu acaranya Stephen Yan, dengan gaya khasnya yang lucu ia terkadang menghadirkan bintang tamu. Acara memasak produksi lokal mulai muncul pada akhir 1996. Tayangan bertajuk “Aroma” ini dipandu oleh Sisca

¹ Dibalik “Kenikmatan” Tayangan Kuliner [http://www.remotivi.or.id/amatan/183/Di-Balik-diakses pada Minggu, 22 Juli 2018. Pukul 15:22 WIB](http://www.remotivi.or.id/amatan/183/Di-Balik-diakses%20pada%20Minggu,%2022%20Juli%202018.%20Pukul%2015:22%20WIB)

Soewitomo, ia menyajikan mulai dari hidangan utama hingga hidangan ringan, seperti aneka kue. Setahun kemudian, muncul acara memasak lainnya yaitu “Selera Nusantara” asuhan Rudy Choirudin.²

Seiring dengan perkembangan zaman, program kuliner tidak hanya ada di televisi. Saat ini tayangan kuliner sudah merambah ke media sosial, seperti Instagram, dan YouTube. Di media sosial ini para penggunanya bisa berbagi, berkontribusi, dan membuat konten berupa *blog*, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang diwadahi oleh teknologi melalui aplikasi berbasis internet (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014: 25).

Saat ini, ragam aplikasi media sosial sudah mencapai 240. Setiap aplikasi menyediakan bermacam interaksi yang berbeda. Beberapa aplikasi media sosial yang populer dan mempunyai pengaruh dalam masyarakat Indonesia ialah, Facebook. Facebook adalah sebuah situs *web* jejaring sosial populer yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama beberapa teman kuliahnya pada 4 Februari 2004. Kedua, Twitter (www.twitter.com) yang merupakan jejaring sosial daring yang memberikan wadah bagi penggunanya untuk menyampaikan suatu pesan sepanjang 140 karakter yang disebut “*tweets*” atau “kicau”. Ketiga, YouTube (www.youtube.com) yaitu situs berbagi video populer. Para pengguna bisa menyaksikan, dan berbagi video secara gratis. Keempat, Instagram yaitu jaringan sosial berbagi foto dan video, seperti program-program lainnya (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014: 55).

² Sejarah Acara Memasak di Televisi <https://alviansyahkuswidyatama.wordpress.com> diakses pada Jum'at 25 Mei 2018. Pukul 19:58 WIB.

Salah satu media sosial yang kini banyak digemari masyarakat ialah YouTube. YouTube memudahkan penggunanya untuk berbagi dan mendapatkan berbagai macam informasi berupa video. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya (Tamburaka, 2013: 83). Salah satu jenis video di YouTube adalah tutorial memasak milik *Channel* YouTube Kokiku TV. Tayangan tutorial memasak di YouTube merupakan cara baru untuk mengajari orang memasak dengan cara yang praktis, dan hemat.

Kokiku TV merupakan portal kuliner berbasis daring yang menyuguhkan informasi, solusi memasak yang *real* dan praktis, resep mudah superlezat, trik menghias makanan dengan format video tutorial. Saat ini, Kokiku TV memiliki 1.050 video yang diunggah melalui *Channel* YouTube Kokiku TV, seperti video tutorial memasak Dapur Nostalgia, *Halloween Fun Recipe*, *Movie Night Snack*, Resep Sehat Kokiku, dan Menu Bulan Ramadhan. Pada 3 september 2018 Kokiku TV sudah memiliki 543.000 *subscriber* (pelanggan).³

Pada umumnya orang menonton dan mengakses video-video di YouTube, seperti tutorial memasak karena mempunyai motif tertentu seperti menyukai isinya, mempunyai hobby memasak, maupun untuk mencari informasi, pendidikan, dan hiburan.

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak

³ Profile Kokiku TV <https://www.youtube.com/user/KokikuTv/about> diakses pada Kamis, 09 Agustus 2018. Pukul 23.14 WIB.

atau berbuat. Motif tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diinterpretasikan dalam tingkah lakunya, berupa rangsangan, dorongan atau pembangkit tenaga munculnya suatu tingkah laku tertentu. Motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu, demi mencapai tujuan tertentu (B. Uno, 2008: 3).

Alasan peneliti tertarik mengangkat permasalahan di atas, karena pada saat ini media penyiaran baru, seperti YouTube diakses sebagai wadah pembelajaran, mencari informasi hingga hiburan, yang pada dasarnya setiap individu memiliki motif tertentu dalam mengakses media massa ataupun media baru seperti YouTube. Peneliti di sini ingin mengetahui motif apa yang mempengaruhi *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV. Peneliti telah melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian kali ini, diantaranya adalah:

Tabel 1.1.1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
1.	Reny Purniastuti	Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA)	Teori <i>Uses and Gratification</i> dan <i>Social Categories Theory</i>	Mahasiswa FISIP-UHAMKA mengakses media massa <i>online</i> semata-mata hanya ingin mencari hiburan oleh karena itu,

		Mengakses Media Massa <i>Online</i>		<p>mahasiswa tersebut kurang begitu berminat untuk mengakses media massa <i>online</i>.</p> <p>Seharusnya para mahasiswa FISIP, memanfaatkan <i>content-content</i> media massa <i>online</i> untuk kepentingan yang paling berguna bagi dirinya.</p>
2.	Aries Darmawan	Motif Khalayak Menonton Slankers.TV	Teori <i>Uses and Gratifications</i> , <i>Individual Differences Theory</i> , dan <i>Social Categories Theory</i>	Perbedaan jenis kelamin menyebabkan perbedaan motif menonton Slankers TV dan mayoritas responden

				<p>mempunyai motif yang tinggi dalam menonton Slankers TV dengan skor variabel sebesar 177.083 yang berada pada kategori tinggi dan antara responden laki-laki dan perempuan terdapat perbedaan motif menonton Slankers TV dengan mean skor laki-laki sebesar 613,19 sedangkan <i>mean</i> skor perempuan sebesar 652,82.</p>
--	--	--	--	---

3.	Herlina Telengkeng	Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton Program Televisi “ <i>On The Spot</i> ” di Trans7	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	Motif penonton perempuan di Surabaya dalam menonton program televisi “ <i>On The Spot</i> ” di Trans7 adalah tingkat sedang. Namun, penonton perempuan di Surabaya dalam menonton program “ <i>On The Spot</i> ” adalah adanya motif hiburan.
4.	Widi Lestari	Motif Menonton Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> pada Mahasiswa Anggota Mahasiswa Pecinta Alam Universitas	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	Motif paling kuat yang mempengaruhi mahasiswa anggota MAPALA UMY untuk menonton

		Muhammadiyah Yogyakarta		tayangan <i>My Trip</i> <i>My Adventure</i> adalah motif hiburan, kedua motif informasi, ketiga motif integrasi sosial dan yang terakhir adalah motif identitas pribadi.
5.	Wawan Darmawan	Motif Menonton <i>Feature</i> “Si Bolang” pada Anak-anak Sekolah Dasar (Studi Deskriptif tentang Motif Menonton <i>Feature</i> “Si Bolang” di Trans7 pada Anak-anak Sekolah Dasar Ngrukeman Rukeman	<i>Uses and Gratifications</i>	Motif anak-anak SD Ngrukeman dalam menonton “Si Bolang” di dominasi oleh motif informasi sebanyak 121 responden (87,7%), dan motif informasi pada indikator untuk mengetahui keadaan di daerah

		Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta)	lain memperoleh skor yang sangat tinggi dibandingkan indikator lain pada motif informasi tersebut, yaitu perolehan skor 330.
--	--	--	--

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

“Apa Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV Menonton Tutorial Memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV?”

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya terfokus membahas tentang “Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV Menonton Tutorial Memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV”

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini ialah:

Untuk menjelaskan Motif *Subscriber Channel* YouTube Kokiku TV Menonton Tutorial Memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan teori komunikasi, khususnya teori *Uses and Gratification* yaitu untuk mengetahui sejauh mana motif *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Secara metodologis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan kuisioner sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran umum dan masukkan yang objektif dalam mengetahui apa motif *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV.

1.5.3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan, khususnya untuk *Channel* YouTube Kokiku TV dan para kreator di media sosial YouTube agar lebih bisa memberikan tayangan yang memiliki manfaat baik untuk para penikmatnya.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

1.6.1. Kelemahan Penelitian

Kelemahan pada penelitian ini adalah, penelitian ini hanya meneliti mengenai motif *subscriber* menonton tutorial saja, tidak meneliti mengenai kepuasan *subscriber* dalam menonton tutorial memasak di *Channel* YouTube Kokiku TV.

1.6.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah responden yang sulit untuk dijangkau, karena responden penelitian ini merupakan *subscriber Channel* YouTube Kokiku TV, yang hanya bisa dihubungi melalui sosial media mereka, tidak bisa bertatap muka secara langsung.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi pokok penelitian ini peneliti membaginya dalam bab-bab, dengan susunan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada bab ini, berisi menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian, konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi landasan pokok

dalam penelitian, teori *uses and gratification*, definisi konsep dan definisi operasional.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

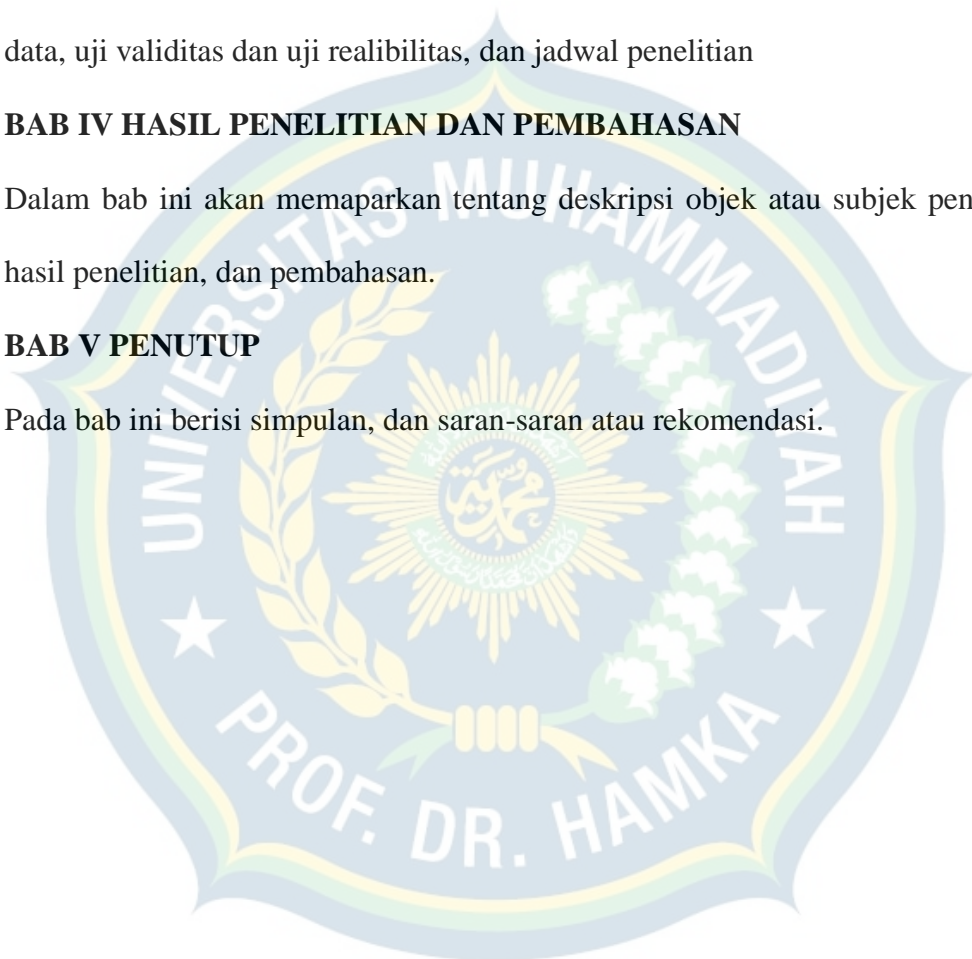
Dalam bab ini akan dibahas mengenai pendekatan, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan uji realibilitas, dan jadwal penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan memaparkan tentang deskripsi objek atau subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan, dan saran-saran atau rekomendasi.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sambiosa Rekatam Media.
- B. Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya, Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Djamal, Hidajanto & Andi Fachruddin. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran, Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Ilmu dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rakhmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2014. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.

West, Richard & Lynn H. Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Skripsi :

Purniastuti, Reny. 2010. *Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA) Mengakses Media Massa Online*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Darmawan, Aries. 2014. *Motif Khalayak Menonton Slankers.TV*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Telengkeng, Herlina. 2014. *Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton Program Televisi "On The Spot" di Trans7*. Universitas Kristen Petra Surabaya.

Internet :

Remotivi. *Di Balik "Kenikmatan" Tayangan Kuliner*
<http://www.remotivi.or.id/amanat/183/Di-Balik-> diakses pada Minggu, 22 Juli 2018. Pukul 15:22 WIB

Kokiku TV. *Tentang Kokiku TV*
<https://www.youtube.com/user/KokikuTv/about> diakses pada Kamis, 09 Agustus 2018. Pukul 23.14 WIB

Kokiku TV. *Subscriber Kokiku TV*
<https://www.youtube.com/user/KokikuTv> diakses pada Kamis, 09 Agustus 2018. Pukul 23.26 WIB

Alviansyah. *Edisi Nostalgia: Acara Memasak yang Pernah Tayang di TV (Tahun 90an-awal2000an)*

<https://alviansyahkuswidyatama.wordpress.com/2016/04/08/edisi-nostalgia-acara-memasak-yang-pernah-tayang-di-tv-tahun-90-an-awal-2000an/>
diakses pada Jum'at 25 Mei 2018, pukul 19:58 WIB.

