



**PENGARUH MOTIF MENONTON DRAMA KOREA
DI NETFLIX TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA MAHASISWA INSTITUT BISNIS DAN
INFORMATIKA KWIK KIAN GIE PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2017-2019)**

Oleh:

Nama : Tasya Gotami

NIM : 62170314

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Broadcasting*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH MOTIF MENONTON DRAMA KOREA DI NETFLIX TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA MAHASISWA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2017-2019)

Diajukan Oleh

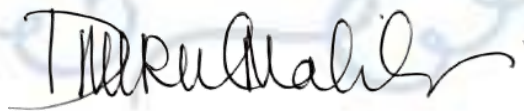
Nama : Tasya Gotami

NIM : 62170314

Jakarta, 7 Oktober 2021

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



(Dyah Nurul Maliki, S.Pd., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Tasya Gotami / 62170314 / 2021 / Pengaruh Motif Menonton Drama Korea di Netflix terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017-2019) / Pembimbing: Dyah Nurul Maliki, S.Pd., M.Si.

Netflix merupakan layanan *streaming* film pertama yang hadir di Indonesia, tepatnya pada 7 Januari 2016. Sejak tahun 2017, Netflix mulai bekerja sama dengan beberapa perusahaan media terkemuka di Korea Selatan untuk mengembangkan dan memperkenalkan drama Korea secara global. Drama Korea merupakan salah satu alternatif hiburan yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif menonton drama Korea di Netflix terhadap kepuasan pelanggan di kalangan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2017-2019.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification* yang dipopulerkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974, melalui bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratification Research*. Teori ini memiliki gagasan bahwa masing-masing individu menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis sesuai lingkungan dari masing-masing individu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis survei eksplanatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin. Pengujian data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif variabel, uji normalitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana, uji F, dan uji t.

Berdasarkan analisis deskriptif variabel, motif dan kepuasan yang mendapatkan nilai tertinggi terdapat pada dimensi hiburan. Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh motif menonton drama Korea di Netflix terhadap kepuasan pelanggan di kalangan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2017-2019. Pada uji koefisien korelasi menyatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat tinggi (kuat sekali). Uji koefisien determinasi menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,857 dan melalui uji regresi linear sederhana memperoleh nilai yang positif.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh motif menonton drama Korea di Netflix terhadap kepuasan pelanggan di kalangan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2017-2019 sebesar 85,7% dan sisanya sebesar 14,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti. Lalu sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa motif dan kepuasan mereka dalam menonton drama Korea di Netflix terdapat pada dimensi hiburan.

Kata Kunci: Motif, Kepuasan, Drama Korea, Layanan Streaming Netflix

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Tasya Gotami / 62170314 / 2021 / The Influence of Motives for Watching Korean Dramas at Netflix on Customer Satisfaction (Studies on Faculty of Communication Students, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Class of 2017-2019) / Advisors: Dyah Nurul Maliki, S.Pd., M.Si.

In January 2016, Netflix became the first streaming service to launch in Indonesia. Since 2017, Netflix has been collaborating with several leading media companies in South Korea to develop and introduce Korean TV dramas around the world. Korean drama is now a popular alternative form of entertainment among Indonesians. This research aims to determine how much the influence of motives for watching Korean dramas on Netflix upon customer satisfaction within Faculty of Communication Studies, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie under class of 2017-2019.

*The Uses and Gratification theory, popularized by Herbert Blumer and Elihu Katz in their book *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratification Research* in 1974, was employed in this research. This theory proposes that each person uses and responds to media content in their own unique way. This is caused by a variety of social and psychological elements that vary depending on the individual's environment.*

This research uses a quantitative method with an explanatory survey type and data generated via a questionnaire on a Likert scale. The sampling technique used is simple random sampling with the Slovin formula. The data in this research was tested using the validity test, reliability test, variable descriptive analysis, normality test, correlation coefficient test, coefficient of determination test, simple linear regression test, F test, and t-test.

According to the descriptive analysis of the factors, the highest-scoring motives and pleasures are found in the entertainment dimension. Based on the t-test's findings, it can be shown that an influence of motives for watching Korean dramas on Netflix upon customer satisfaction within Faculty of Communication Studies, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie under class of 2017-2019. The correlation coefficient test indicates that there is a very high (very strong) relationship between the two variables. The R^2 value obtained by the coefficient of determination test was 0,857, while the result produced by the simple linear regression test was positive.

This research's conclusion is there's an influence of motives for watching Korean dramas on Netflix upon customer satisfaction within Faculty of Communication Studies, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie under class of 2017-2019 of 85.7%. The remaining 14.3% is influenced by factors that have not been examined. Then, most of respondents strongly agree that the motive and satisfaction in watching Korean dramas on Netflix is in the entertainment dimension.

Keywords: Motive, Satisfaction, Korean Drama, Netflix Streaming Service

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Motif Menonton Drama Korea di Netflix terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017-2019). Adapun maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting* di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti hendak mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Orang tua peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada peneliti selama menjalankan proses penelitian ini.
2. Bapak Dr. Imam Nuraryo S.Sos., M.A. (Comms) selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Ibu Dyah Nurul Maliki, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, serta waktu dan tenaganya dalam membimbing peneliti selama melakukan penelitian dari awal hingga selesai.
4. Ibu Siti Meisyaroh S.Sos, M.Soc.Sc, Bapak Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si, Ibu Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si, Bapak Abdul Kholik, S.Si., M.I.Kom, dan para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang telah membagikan ilmunya kepada peneliti selama masa studi.





5. Teman-teman SMA penulis yaitu Rafika Rosmalida, Najla Rania, Tesha Yoliana, Steven Benny, Mar'ie Muhammad, dan Velix Putra D. yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada peneliti.

6. Teman-teman dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang turut membantu, memberikan ide, masukan, serta saran yang sangat membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat diterima dengan baik, serta dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Jakarta, Agustus 2021

Tasya Gotami

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Identifikasi Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Teori <i>Uses and Gratification</i>	9
2. Motif	11
3. Kepuasan	13
4. <i>New Media</i>	14



Hak cipta milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Ha Ciptang ilindudgi Unng-Urang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





5. Streaming Film	15
a. Netflix	16
6. Pelanggan	18
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Desain Penelitian	26
C. Variabel Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Pengambilan Sampel	33
F. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	35
3. Analisis Deskriptif Variabel	36
4. Uji Normalitas	36
5. Uji Koefisien Korelasi	37
6. Uji Koefisien Determinasi	37
7. Uji Regresi Linear Sederhana	38
8. Uji F	38
9. Uji t	39

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum	40
B. Analisis	42
1. Analisis Data Responden.....	42
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	46
3. Analisis Deskriptif Variabel	52
4. Uji Normalitas	68
5. Uji Koefisien Korelasi	69
6. Uji Koefisien Determinasi	71
7. Uji Regresi Linear Sederhana	72
8. Uji F	73
9. Uji t	73
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	78
A. Simpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel Motif dan Kepuasan	28
Tabel 3.2	Penilaian Sikap Skala Likert	32
Tabel 3.3	Nilai Koefisien Korelasi	37
Tabel 4.1	Data Responden yang Berlangganan Layanan <i>Streaming</i> Netflix	42
Tabel 4.2	Data Responden yang Menonton Drama Korea melalui Netflix.....	43
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Angkatan	44
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Motif (X).....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y).....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motif (X) dan Kepuasan (Y).....	52
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Dimensi Motif Informasi	54
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Dimensi Motif Identitas Pribadi.....	55
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Dimensi Motif Integritas dan Interaksi Sosial	57
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Dimensi Motif Hiburan.....	59
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Dimensi Kepuasan Informasi.....	61
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi	63
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Dimensi Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial.....	65
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Dimensi Kepuasan Hiburan	67
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	69





Tabel 4.18 Hasil Koefisien Korelasi.....	70
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	72
Tabel 4.21 Hasil Uji F	73

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

<p>© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia pada Tahun 2021 1</p> <p>Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Netflix pada Tahun 2019-2021 (Q1) 5</p> <p>Gambar 2.1 Model <i>Uses and Gratification Theory</i> 11</p> <p>Gambar 2.2 Tampilan <i>Website</i> Pertama Netflix pada Tahun 1998 16</p> <p>Gambar 2.3 Tampilan <i>Website</i> Netflix Sekarang 17</p> <p>Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran 24</p> <p>Gambar 4.1 Logo Netflix 40</p> <p>Gambar 4.2 Kurva Uji t 74</p>	
--	--	--