

# MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN *FOOD BLOGGER EATANDTREATS* DI KALANGAN *FOLLOWERSNYA*

Nama : Cindy Kristianti

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,

Imam Nuraryo, S.Sos., M.A.(Comms).

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan jaman, pemenuhan kebutuhan khalayak akan media massa semakin besar. Dengan demikian bermunculanlah beragam media yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Salah satunya internet menawarkan kemudahan dalam mencari suatu informasi secara cepat dan luas. Dari hal tersebut muncul media sosial yang merupakan salah satu produk atau platform dan motif sehingga dapat membantu penggunanya dalam memenuhi kebutuhan sesuai yang dibutuhkan. *Food blogger eatandtreats* yang merupakan bagian dari media sosial menjadi media yang digunakan untuk khalayak yang menyukai makanan sebagai sarana untuk mencari informasi. Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besarkah tingkat kepuasan dari *followers food blogger eatandtreats*.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai *middle* teori dengan model *Expectancy Values* sebagai landasan teori. Dengan teori ini peneliti akan membahas mengenai bagaimana tingkat kepuasan *followers food blogger eatandtreats*, yang diukur dengan melihat aspek motif (*Gratification Sought*) dan aspek kepuasan (*Gratification Obtained*).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan survei komparatif. Obyek penelitiannya adalah *food blogger eatandtreats* di kalangan *followersnya*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas yang menggunakan *Purposive Sampling* sebagai teknik yang digunakan.

Hasil data kuesioner yang telah dibagikan kepada responden mendapatkan hasil yang valid dan reliable. Namun data yang ada tidak berdistribusi normal, sehingga peneliti menggunakan teori limit pusat sebagai landasan untuk mengelola data yang lebih dalam. Pengelolaan data dilakukan dengan mencari rata – rata setiap aspek motif dan kepuasan, lalu dibagi dan akan menghasilkan tingkat kepuasan. Pengolaan data dilanjutkan dengan hipotesis uji T dan uji F untuk mengetahui aspek mana yang lebih dominan dalam menggunakan *food blogger eatandtreats* tersebut.

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan hasil bahwa *food blogger eatandtreats* sebagai media yang diteliti mendapatkan hasil bahwa  $GS > GO$ . Dengan nilai rata – rata motif 3,78 dan nilai rata – rata kepuasan 3,50. Menurut model *Expectancy Values* oleh Philip Palmgreen apabila  $GS$  lebih besar dari  $GO$  maka dinyatakan bahwa terjadi kesenjangan kepuasan dan media dinyatakan tidak memuaskan khalayak.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## ABSTRAC

Along with the times, the audience will meet the needs of the larger mass media. Then grow a variety of media that can meet the needs of the public without limitation of distance and time. The internet offers an easess in finding information quickly and widely. On a case arose social media can help users to meet the needs that as required. Food blogger eatandtreats is a part of social media, become the media used by food enthusiasts as a means to search for information. This study to determine how much the level of satisfaction of followers food blogger eatandtreats.

This study uses Uses and Gratification as the middle theory, with an expectancy values model as the theoretical basis of this research. With this theory, researchers will discuss how the level of followers food blogger eatandtreats, there are aspects of the motives (Gratification Sought) and aspects of satisfaction (Gratification Obtained) in the study.

Research design used in this research is quantitative method by using komparative survey. Object of research is followers food blogger eatandtreats. Data collection techniques using a questionnaire with sampling nonprobability technique which uses Purposive Sampling as the technique used.

The result of questionnaire data the respondent obtain valid and reliable. The data are not normally distributed, so the researchers used the central limit theory as a platform to manage data more in. Data processing continued with T test and F test hypothesis to determine which aspects are more dominant in using food blogger eatandtreats.

Based on the research of data processing, showed that as the media studied food blogger eatandtreats get result that  $GS > GO$ . With a mean of motive (3,78) and the mean of satisfaction (3,50). According to the Expectancy Values model by Philip Palmgreen, if  $GS > GO$  then stated that there is a gap of satisfaction and declared unsatisfactory media audiences.

## PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi sudah semakin tumbuh dengan pesat mengikuti perkembangan jaman. Dengan semakin bertambahnya kebutuhan akan informasi serta sarana pengembangan diri khalayak tentu akan memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya masing – masing dan dengan tujuan tertentu. Dengan demikian muncullah berbagai media baru yang lebih mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan khalayak.

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut terdapat motif – motif yang menjadi landasan dalam menggunakan suatu media. Menurut McQuail (Kriyantono, 2010:215-216), motif – motif yang ada dalam teori *Uses and Gratification* terdiri dari motif

1. Dengan menggunakan sumber-sumber yang ada di lingkungan sekitar, baik itu sumber-sumber yang dapat diakses secara langsung atau melalui media elektronik, untuk mendapatkan data yang diperlukan. a. Pengutipannya 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.



informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Motif-motif tersebut yang akan menjadi acuan seseorang untuk memilih media mana yang akan mereka gunakan. Teori *Uses and Gratification* biasanya untuk mengetahui motif seseorang menggunakan media massa. Namun semakin berkembangnya teknologi, maka teori *Uses and Gratification* juga dapat dicoba untuk meneliti media baru seperti instagram, sehingga dapat diketahui motif seseorang dalam menggunakannya.

Teori *Uses and Gratification* menjabarkan bahwa, khalayak menggunakan suatu media dengan motif tertentu akan menghasilkan tingkat kepuasan setelah menggunakan media yang khalayak pilih. Seperti motif menggunakan media untuk mencari informasi, maka dapat diukur apakah media tersebut dapat memberikan kepuasan kepada khalayak yang menggunakannya. Begitu pula dengan motif lainnya dalam menggunakan suatu media oleh khalayak.

## A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis riset penelitian survei eksplanatif (komparatif). Jenis survei ini digunakan bila periset ingin mengetahui situasi atau kondisi tertentu. Periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tetapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan pengaruhnya atau menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih (Kriyantono, 2010:60).

Menurut Kriyantono (2010: 69), riset eksplanatif menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Periset membutuhkan kerangka konseptual dan kerangka teori. Periset perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu



dengan lainnya. Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Dalam penelitian ini, terdapat dua hipotesis yaitu:

H<sub>0</sub>: Tidak ada perbedaan antara motif dan kepuasan dalam penggunaan *Food Blogger eat and treats* dikalangan *followersnya*.

H<sub>1</sub>: Terdapat perbedaan antara motif dan kepuasan dalam penggunaan *Food Blogger eat and treats* dikalangan *followersnya*.

## B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penilitan ini adalah dengan menggunakan kuisisioner yang disebut juga dengan angket. Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan penulis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Siregar, 2013:21).

Kuisisioner atau angket yang peneliti gunakan adalah angket tertutup, yaitu responden memiliki tugas untuk memilih salah satu jawaban yang sudah tersedia di dalam kuisisioner dengan memberikan tanda silang atau ceklist. Setiap jawaban dari responden akan mendapatkan nilai sesuai dengan jawaban yang telah dipilihnya yang akan menentukan tingkat kepuasan *followers food blogger eatandtreats*.

## C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati, sedangkan keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti disebut populasi (Kriyantono, 2010:153). Sampel yang digunakan di dalam penilitian ini adalah *sampling* nonprobabilitas dengan teknik *Purposive Sampling*. Artinya responden yang



diteliti berdasarkan hasil seleksi sesuai dengan tema. Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah *followers food blogger eatandtreats*.

*Food blogger eatandtreats* memiliki *followers* sebagai objek penelitian sejumlah 131000 (pada 19 Mei 2016). Ukuran sampel yang diambil dari jumlah *followers food blogger eatandtreats* didalam penelitian sebanyak 131000 yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan yang ditolerir sebesar 10% sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

Berikut adalah perumusannya :

$$n = \frac{131000}{1 + 131000 (0,1)^2} = 100$$

#### D. Teknik Analisis Data

##### F Uji Validitas

Menurut Siregar (2013:46), validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.



Pengujian menggunakan validitas konstruksi yaitu validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

- $R_{xy}$  = Nilai validitas
- $n$  = Jumlah responden
- $X$  = Skor Variabel
- $Y$  = Skor total dari variabel

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2013:55), reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik cronbach alpha. Dengan rumusan sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{[k] \times [1 - \sum \sigma^2 b]}{k - 1 \sigma^2 t}$$

Dimana :

- $r_{11}$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

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.



$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sigma^2$  = Varians total

$\sum \sigma^2 b$  = Jumlah varians butir

### 3. Skala Likert

Menurut Kriyantono (2010:138), skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden. Jawaban setiap instrumen mempunyai jarak dari sangat setuju sampai tidak setuju. Masing-masing jawaban diberi nilai mulai yang terkecil (angka 1) sampai yang terbesar (angka 5).

Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3

Skala Peringkat Yang Digunakan Dalam Penelitian

No.	Skala Peringkat	Bobot
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Cara perhitungan skala likert ini dengan menggunakan rumus skor rata-rata.

Caranya adalah dengan menjumlahkan seluruh perkalian antara nilai data dengan bobot, kemudian dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rumus skor rata-rata adalah:

$$\frac{\sum X_i Y_i}{n}$$

Dimana :

- $\bar{x}$  = Nilai rata-rata
- $\sum (X_i Y_i)$  = Nilai total responden
- $X_i$  = Jumlah pertanyaan
- $n$  = Jumlah responden
- $Y_i$  = Jumlah responden

#### 4. Rentang Kriteria Penulisan

Alat analisis ini digunakan untuk menentukan kriteria tiap variabel secara akurat yang bernilai sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Sebelum menyusun katagori berskala lima, maka pertama kali harus dicari rentang skala dengan memberikan nilai skala.

Keterangan :

- $RS$  = Rentang skala
- $b$  = Banyaknya kelas
- $m$  = Skor atau nilai tertinggi pada skala
- $n$  = Skor atau nilai terendah pada skala

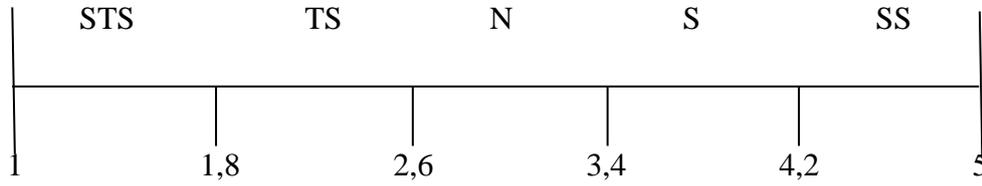
Rumus dari rentang skala yaitu sebagai berikut :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

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 IBI BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



$$\text{Rentang Skala (I)} : \frac{\text{NilaiTertinggi} - \text{NilaiTerendah}}{\text{Banyaknyakategori jawaban}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



Sehingga penilaian untuk setiap variabel adalah sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju
- 1,8 – 2,6 = Tidak Setuju
- 2,6 – 3,4 = Netral
- 3,4 – 4,2 = Setuju
- 4,2 – 5,0 = Sangat Setuju

### Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam melakukan penelitian, peneliti menyebarkan pra-kuisisioner sebanyak 30 lembar kepada para pengikut (*followers*) *food blogger eatandtreats* pada saat penelitian. Pra-kuisisioner dilakukan sebagai langkah untuk menguji validitas dan reliabilitas penelitian. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan secara bertahap, dengan menguji validitas terlebih dahulu lalu selanjutnya menguji reliabilitas pada pra-kuisisioner.

Setelah mendapatkan hasil dari kedua uji tersebut, penulis lalu menyebarkan kuisisioner kepada 100 pengikut (*followers*) *food blogger eatandtreats*. Data – data tersebut digunakan penulis untuk diolah dan dianalisis sehingga menjadi data konkrit untuk melengkapi penelitian ini.

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.



### a. Uji Validitas

Penulis melakukan uji validitas pra-kuesioner sebagai langkah untuk mengetahui apakah ada pernyataan – pernyataan yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian ini dilakukan secara statistik dibantu dengan program komputer *IBM SPSS Statistics 22*. Berdasarkan 66 pernyataan yang diukur, didapatkan hasil terdapat 57 pernyataan yang valid dan 9 pernyataan yang tidak valid.

Pernyataan yang ada pada pra-kuisisioner terdiri dari 33 pernyataan motif dengan jumlah 9 pernyataan motif informasi, 6 pernyataan pada motif identitas pribadi, 10 pernyataan pada motif integrasi dan interaksi sosial, serta 8 pernyataan pada motif hiburan. Pada pernyataan kepuasan juga terdapat 33 pernyataan, dengan jumlah 9 pernyataan pada kepuasan informasi, 6 pernyataan pada kepuasan identitas pribadi, 10 pernyataan pada kepuasan integrasi dan interaksi sosial, serta 8 pernyataan pada kepuasan hiburan. Uji validitas dilihat dari table product moment, yaitu untuk  $n=30$ , maka  $r > 0,300$  dengan interval kepercayaan 95% atau  $\alpha$  5%.

#### 1. Hasil Deskriptif

##### a. Tingkat Kepuasan

Tingkat kepuasan merupakan nilai persentase dari hasil pembagian kepuasan terhadap motif. Tingkat kepuasan di atas atau sama dengan 100% menunjukkan bahwa kepuasan lebih tinggi dari motif tersebut atau terpuaskan. Sedangkan, nilai tingkat kepuasan di bawah 100%, menunjukkan kepuasan lebih rendah dari motif tersebut atau tidak terpuaskan.

Berdasarkan tabel 4.15, secara garis besar, tingkat kepuasan informasi (90,52%), identitas pribadi (105,30%), integrasi dan interaksi sosial (91,12%), dan hiburan (83,07%).

Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan identitas pribadi saja yang terpuaskan. Dari 25 pernyataan, hanya terdapat 5 pernyataan dengan tingkat kepuasan di atas 100%. Ini menunjukkan banyaknya item pernyataan dari masing – masing dimensi yang kurang terpuaskan.

Dari hasil rata – rata yang didapat dari keseluruhan aspek motif didapatkan hasil (3,78) dan aspek kepuasan dengan (3,50), yang berarti aspek motif lebih besar dari aspek





puas atas aspek Hiburan, dengan nilai kepuasan sebesar 84,71% yang tidak mencapai batas nilai minimum 100%.

## SIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Pada aspek informasi mendapatkan hasil nilai motif (4,01), aspek identitas pribadi mendapatkan hasil nilai motif (3,96), aspek integrasi dan interaksi sosial mendapatkan nilai motif (3,38), serta aspek hiburan mendapatkan nilai motif (3,78).
2. Pada aspek informasi mendapatkan hasil nilai kepuasan (3,63), aspek identitas pribadi mendapatkan hasil nilai kepuasan (4,17), aspek integrasi dan interaksi sosial mendapatkan nilai kepuasan (3,08), serta aspek hiburan mendapatkan nilai kepuasan (3,14).
3. Tingkat kepuasan pada aspek informasi mendapatkan hasil (90,52%), aspek identitas pribadi mendapatkan hasil (105,30%), aspek integrasi dan interaksi sosial mendapatkan hasil (91,12%), serta aspek hiburan mendapatkan hasil (83,07%).

### B. Saran

Saran dari penulis bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai perbedaan tingkat kepuasan dalam menggunakan suatu media, agar bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam. Dalam pemilihan objek yang ingin diteliti juga diharapkan dapat memilih dengan obyek yang berbeda atau lebih luas. Seperti contohnya *food blogger* Anakjajan atau *JKTGO* yang lebih memiliki banyak *followers*.

Dalam hal ini penulis berharap bagi peneliti selanjutnya agar dapat membandingkan kualitas suatu *food blogger* dengan *food blogger* lainnya ataupun membandingkan penggunaan media yang terbaik bagi *food blogger* untuk



digunakan. Para peneliti lainnya diharapkan dapat mendapatkan populasi dan sampel yang jauh lebih banyak dan dalam agar memiliki penelitian yang lebih baik.

Selain itu, penjelasan mengenai *followers* aktif dapat dilakukan secara lebih mendalam sehingga dapat dibedakan dan diketahui secara pasti perbedaan antara *followers* aktif dan *followers* pasif. Hal tersebut dapat membantu penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan jelas terhadap kepuasan khalayak dalam menggunakan media.

Diharapkan pula agar skripsi ini dapat menjadi panduan dan data tambahan dalam penelitian selanjutnya, juga memotivasi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan serta memperbaiki penelitian yang saat ini penulis buat agar lebih dalam dan bermanfaat bagi yang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**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.