



HUBUNGAN MOTIF DAN KEPUASAN DALAM MENONTON FILM *STAR WARS : THE FORCE AWAKENS* DI KALANGAN REMAJA KELAPA GADING

Jansen Darmabakti Widjaja
(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Deavvy M.R.Y Johassan S.sos., M.si
(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

ABSTRAK

Jansen Darmabakti Widjaja/ 69110380/ 2016/Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Menonton Film *Star Wars : The Force Awakens* Di Kalangan Remaja Kelapa Gading/ Pembimbing: Deavvy M.R.Y Johassan S.sos., M.si

Star Wars adalah sebuah *franchise* yang dimulai oleh film yang dirilis pada tahun 1977. Kesuksesan film ini membuat *franchise* ini mampu melebarkan “galaksi” mereka ke dalam bentuk buku, kartun, games, dan juga film *prequel* dan *sequelnya*. Pada tahun 2015 film terbaru *Star Wars* dirilis yang berjudul *Star Wars : The Force Awakens*. Kesuksesan film ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti film ini yang dikaitkan dengan motif dan kepuasan penontonnya. Maka dari itu penelitian ini akan meneliti hubungan antara motif dan kepuasan menonton film *Star Wars : The Force Awakens* di kalangan remaja Kelapa Gading.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* untuk mengetahui motif dan kepuasan remaja di daerah Kelapa Gading. Metode yang digunakan adalah korelasional, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Sampel yang diambil berjumlah 113 orang berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Zikmund. Sampel yang dipilih adalah pria dan wanita yang berusia diantara 18 hingga 24 tahun yang berada di wilayah Kelapa Gading dan sudah menonton film *Star Wars : The Force Awakens*. Analisis korelasi menggunakan rumus *rank Spearman* yang dihitung menggunakan *software SPSS*.

Hasil dari penelitian ini motif yang dilakukan oleh 113 responden ialah motif informasi (3,78), motif identitas personal (3,75), motif integrasi dan interaksi sosial (3,50), dan juga motif hiburan (3,74). Sedangkan kepuasan yang didapatkan ialah kepuasan informasi (3,72), kepuasan identitas personal (3,75), kepuasan integrasi dan interaksi sosial (3,46), dan juga kepuasan hiburan (3,84). Nilai koefisien korelasi dari kedua variabel adalah 0,635 yang berarti hubungan bersifat searah, dan memiliki hubungan yang cukup berarti. Tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena rata – rata nilai kepuasan lebih besar dari rata – rata nilai motif, yaitu $3,70 > 3,68$.

Kesimpulan yang peneliti dapatkan ialah, remaja di Kelapa Gading memiliki motif dan kepuasan informasi, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Terdapat hubungan yang cukup berarti dari kedua variabel, dan apabila nilai motif naik maka nilai kepuasan juga naik karena hubungan

© 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 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.



bersifat searah. Remaja di Kelapa Gading juga puas setelah menonton film ini karena tidak terjadi kesenjangan kepuasan.

Kata kunci: *Star Wars* , *Star Wars : The Force Awakens*, *Hubungan Motif dan Kepuasan*, *Uses and Gratifications*.

ABSTRACT

Jansen Darmabakti Widjaja/ 69110380/ 2016/ Correlation Between Motives and Satisfaction Among Kelapa Gading's Teenagers In Watching Star Wars : The Force Awakens./ Advisor : Deavvy M.R.Y. Johassan S.Sos., M.si.

Star Wars is a franchise that started with a movie which released in 1977. This movie was a big hit and make this franchise capable of expanding their "galaxy" into books, cartoons, games, and also prequel and sequel movies. In 2015, they release a new Star Wars movie entitled Star Wars : The Force Awakens. This movie is critically and commercially success. That's why author got fascinated and do research about this movie which author relate to motives and satisfactions among this movie audience. Thus this research will search the correlation between motives and satisfactions among Kelapa Gading's teenagers in watching Star Wars : The Force Awakens.

This research is using Uses and Gratifications theory to know about teenager's motives and satisfactions in Kelapa Gading. Correlational is used as a method, with questionnaire as a research instrument. 113 samples are taken based on Zikmund's theory. Man and Woman with age around 18 to 24 years old in Kelapa Gading who have already watch Star Wars : The Force Awakens are taken as a sample. Rank Spearman equation is used to analyze the correlation with the help of SPSS to calculate the equation.

Results of this research shows that motives that 113 samples do are : surveillance motive (3,78), personal identity motive (3,75), personal relationships motive (3,50) and diversion motive (3,74). Satisfactions that 113 samples get are : surveillance satisfaction (3,72), personal identity satisfaction (3,75), personal relationships satisfaction (3,46), and diversion satisfaction (3,84). Correlation Coefficient between the two variables is 0,635. This value mean it's a moderate positive correlation, meaning that as one variable increase in value, so does the other and also the two variable have moderate correlation. There is no satisfaction gap because satisfactions average value are bigger than motives average value, which is 3,70 > 3,68.

The conclusion that author get are, teenagers in Kelapa Gading have surveillance, personal identity, personal relationships, and diversion as a motive and as a satisfaction. The two variables have positive moderate correlation. Teenagers in Kelapa Gading feeling satisfied about this movie because there is no satisfaction gap.

Keyword: *Star Wars* , *Star Wars : The Force Awakens*, *Motives and Satisfactions Correlation*, *Uses and Gratifications*.

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Dilarang mengutip, memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bagi para penyuka dunia perfilman baik itu sebagai penonton atau pembuat film tentu pernah menonton atau setidaknya mendengar *franchise "Star Wars."* *Star Wars* adalah seri petualangan luar angkasa yang berpusat pada film ciptaan George Lucas. *Star Wars* menceritakan petualangan para karakter yang berada pada *setting "a long time ago in a galaxy far, far away"* (Jaman dahulu kala di galaksi yang sangat – sangat jauh). Tidak bisa dipungkiri bahwa seri fiksi ilmiah inilah yang memicu banyak sineas serta rumah produksi untuk memproduksi sebuah film yang bercerita di luar angkasa juga, contohnya adalah seri *Star Trek*. Film *Star Wars* berhenti pada episode VI yang rilis tahun 2005. Namun setelah *franchise* ini dibeli oleh Walt Disney pada 2012, film terbaru *Star Wars* memulai kembali produksinya dan pada tahun 2015 dirilis film terbaru *Star Wars : The Force Awakens*.

Selama proses produksi berlangsung, hampir tidak ada berita yang bocor mengenai film ini. Baik itu dari segi cerita, informasi mengenai karakter yang dimainkan, apakah pemain lama akan kembali menjadi karakter ikonik mereka, apakah film ini berhubungan dengan film sebelumnya, dan lainnya. Memang terbukti jika tidak ada sedikitpun informasi yang bocor mengenai film ini, hingga pada 28 November 2014 muncul *teaser trailer* berdurasi 88 detik, dan *teaser* kedua dirilis pada April 2015. Hingga film ini ditayangkan para fans bahkan tidak mengetahui apakah Luke Skywalker akan berada dalam film ini atau tidak. Karna baik di *teaser trailer* maupun di media promo manapun tidak terlihat sosok Luke Skywalker. Kerahasiaan film ini pun tidak sia – sia. Para fans yang sudah menanti – nanti film ini terpuaskan terhadap apa yang disajikan oleh sang sutradara, kru, dan para pemainnya. Hal ini terbukti dengan pendapatannya yang pada minggu pertama perilisannya sudah mencapai \$247,966,675. Tidak hanya dari segi komersial saja, para kritikus film juga menyukai sepak terjang film yang memiliki *rating* PG-13. Dengan nilai 8,5/10 dari IMDB, 93% Rottentomatoes, dan 81% dari Metacritic. Salah seorang kritikus yang berasal dari “New York Times” mengatakan (2015, di akses pada 3 Januari 2016) “The big news about “Star Wars: The Force Awakens” is — spoiler alert — that it’s good!”

Motif yang dilakukan oleh penonton *Star Wars : The Force Awakens* dapat mempengaruhi kepuasan yang mereka dapatkan. Motif yang mendorong penonton menjadi sebuah ekspektasi saat menonton film ini. Bila ekspektasi mereka terjawab maka akan muncul kepuasan, sebaliknya bila film ini tidak sesuai dengan ekspektasi mereka maka mereka merasa tidak puas akan film ini. Hubungan antara motif dan kepuasan ini lah yang juga akan peneliti cari. Apakah terdapat hubungan antara motif dan kepuasan ? Ketertarikan peneliti terhadap motif dan kepuasan, serta terhadap film *Star Wars : The Force Awakens* yang mendapat animo luar biasa ini membuat peneliti ingin melakukan penelitian terhadap ketiga hal tersebut. Apakah yang menjadi motif dan apakah kepuasan yang didapat para penonton *Star Wars : The Force Awakens* setelah menontonnya. Untuk meneliti ini, peneliti akan menggunakan teori penggunaan dan kepuasan atau yang dikenal dengan *uses and gratifications theory*. Menurut Morissan (2014 : 508), teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan perbedaan dalam mencari, menggunakan dan menanggapi isi media. Perbedaan ini disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audiensi.



Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa kuat hubungan antara motif dan kepuasan pada remaja Kelapa Gading dalam menonton *Star Wars : The Force Awakens* ?
2. Apakah terdapat kesenjangan kepuasan pada remaja Kelapa Gading setelah menonton *Star Wars : The Force Awakens* ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui motif dan kepuasan yang terdapat pada remaja yang menonton film *Star Wars : The Force Awakens*
2. Mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan yang terdapat pada remaja Kelapa Gading yang menonton film *Star Wars : The Force Awakens*

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai motif dan kepuasan yang diperoleh remaja Kelapa Gading dalam menonton *Star Wars : The Force Awakens*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para sineas di Indonesia berupa jenis motif – motif tertentu ketika seseorang memilih film untuk ditonton.

2. Manfaat Akademis

Mengaplikasikan teori *Uses and Gratifications* khususnya pada model deskriptif. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khasanah kepustakaan pendidikan dan dapat menjadi bahan masukan bagi mereka yang berminat menindaklanjuti penelitian ini.

Hipotesis

- H1 : Terdapat hubungan antara motif menonton dan kepuasan yang didapatkan dalam menonton film *Star Wars : The Force Awakens*.
- H2 : Tidak terdapat kesenjangan kepuasan dalam menonton film *Star Wars : The Force Awakens*.

LANDASAN TEORI

Teori *Uses and Gratifications*

Teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratifications theory*) disebut – sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Menurut Littlejohn (dalam Morissan, 2013 : 508), teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari,



menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda – beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audiensi. Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan.

Katz, Blumler, dan Guretvich (dalam Morissan, 2013 : 509) menyatakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan yaitu :

- a. Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.
- b. Audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan individu tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan audiensi merupakan variabel. Perilaku komunikasi audiensi mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi; audiensi melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka. Mcquail dan rekan (dalam Morissan, 2013 : 510) mengemukakan empat alasan mengapa audiensi menggunakan media yaitu :
 - (1) Pengalihan (*diversion*), melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari – hari.
 - (2) Hubungan personal; hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
 - (3) Identitas personal, sebagai cara untuk memperkuat nilai – nilai individu.
 - (4) Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.
- c. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi.
- d. Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh audiensi sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka audiensi mengambil inisiatif. S Finn (dalam Morissan, 2013 : 511) menyatakan, bahwa motif seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori yaitu proaktif dan pasif. Contoh penggunaan media secara proaktif adalah menonton program TV tertentu untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai suatu masalah atau topik tertentu. Contoh penggunaan media secara pasif adalah menghidupkan televisi hanya sekedar untuk melihat – lihat saja.
- e. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.
- f. Media dan audiensi tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa – apa. Ini berarti dalam mengkonsumsi media, audien bisa mendapatkan pengaruh yang dapat mengganggu penggunaan media. Misalnya seorang Ibu sedang menonton tv dan saat menonton dia menerima telfon dari suaminya. Ibu ini kemudian tetap melanjutkan menonton tv namun di saat yang sama, penggunaan media itu juga bersaing dengan penggunaan telfon.
- g. Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media.
- h. Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audiensi. Audiensi melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.
- i. Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi.
- j. Menurut teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh audiensi sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi audiensi tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasan dengan menonton program tersebut.

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.



Motif adalah alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Oxford Dictionary, 7th edition, 2005). Menurut Mcquail, kategori motif yang berkaitan dengan media, ialah sebagai berikut :

a. Motif informasi (*surveillance*), yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk memenuhi rasa ingin tahu yang ada di dalam dirinya tentang kebutuhan akan informasi tentang lingkungan sekitar. Motif ini meliputi:

- (1) Mencari tahu tentang peristiwa dan kondisi yang relevan di lingkungan sekitar, masyarakat dan dunia.
- (2) Mencari bimbingan mengenai hal – hal praktis, pendapat, dan hal – hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- (3) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- (4) Pendidikan untuk diri sendiri.
- (5) Mendapatkan rasa aman melalui pendidikan.

b. Motif identitas personal (*personal identity*), yaitu motif yang mendorong seseorang dalam menggunakan media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam hidup atau khalayak sendiri. Motif ini meliputi:

- (1) Penguatan nilai – nilai personal.
- (2) Model – model perilaku.
- (3) Identifikasi dengan nilai lain.
- (4) Mendapatkan wawasan dalam diri sendiri.

c. Motif integrasi dan interaksi sosial (*Personal Relationship*), yaitu motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.

Motif ini meliputi :

- (1) Mendapatkan wawasan dalam situasi – situasi orang lain.
- (2) Mengidentifikasi diri dengan orang lain.
- (3) Sebagai basis untuk membangun percakapan dengan orang lain.
- (4) Menggantikan / substitusi persahabatan dalam kehidupan nyata.
- (5) Membantu menjalankan peran – peran sosial.
- (6) Memungkinkan terbentuknya hubungan dengan teman, keluarga, dan masyarakat.

d. Motif hiburan (*Diversion*), yaitu motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media demi kepentingan dirinya sendiri. Motif ini meliputi :

- (1) Pelarian diri / eskapisme.
- (2) Pengalihan / diversi.
- (3) Relaksasi.
- (4) Kesenangan estetika dan budaya.
- (5) Mengisi waktu.
- (6) Pelepasan emosional.
- (7) Sebagai pembangkit gairah seksual.



Menurut Kriyantono (2010:217), kepuasan dikategorikan sebagai berikut :

- a. Kepuasan Informasi, pengguna dikatakan memiliki kepuasan informasi apabila mereka :
 - (1) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.
 - (2) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.
 - (3) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.
 - (4) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.
 - (5) Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- b. Kepuasan Identitas Pribadi, pengguna dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi apabila mereka :
 - (1) Dapat menemukan penunjang nilai – nilai yang berkaitan dengan pribadi sendiri.
 - (2) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain dalam media.
 - (3) Memperoleh nilai lebih sebagai seorang pribadi.
- c. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, pengguna dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka :
 - (1) Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.
 - (2) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.
 - (3) Dapat menjalankan peran sosial.
 - (4) Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
 - (5) Keinginan untuk dihargai orang lain.
- d. Kepuasan Hiburan, pengguna dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila mereka :
 - (1) Dapat melepaskan diri dari permasalahan.
 - (2) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.
 - (3) Bisa menyalurkan emosi.
 - (4) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah remaja. Dimana yang dimaksud remaja adalah pria dan wanita yang berumur 17 – 24 tahun. Peneliti memilih remaja sebagai objek penelitian karena berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di bioskop Kelapa Gading, mayoritas penontonnya adalah remaja. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah remaja di daerah Kelapa Gading. Dimana yang akan diambil menjadi responden adalah para remaja di Kelapa Gading yang sudah menonton *Star Wars : The Force Awakens*

Dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner. Bajari (2015 : 103) menjelaskan bahwa kuesioner / angket adalah daftar pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk



mengumpulkan data dari responden. Pada praktiknya, kuesioner merupakan pedoman wawancara peneliti dalam menggali data.

Data yang didapatkan melalui kuesioner berupa angka atau nilai yang diukur melalui skala *Likert* yang termasuk dalam skala jumlahan. Skala jumlahan menurut Rakhmat (2014 : 94) terdiri dari sejumlah pertanyaan yang meminta reaksi responden. Reaksi itu harus diungkapkan dari tingkat setuju sekali sampai tidak setuju sekali. Setiap respons diberi nilai bilangan. Respon positif diberi nilai paling tinggi. Respon negatif diberi nilai paling rendah. Nilai sikap seorang responden adalah jumlah nilai dari seluruh pertanyaan. Pada penelitian ini, bobot skor reaksi adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5 untuk sangat setuju.
- b. Skor 4 untuk setuju.
- c. Skor 3 untuk ragu – ragu.
- d. Skor 2 untuk tidak setuju.
- e. Skor 1 untuk sangat tidak setuju.

Pengambilan sampel pada penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas, dengan menggunakan metode pengambilan sampel penilaian (*judgement sampling*). Menurut Cooper (2006 : 139) pengambilan sampel penilaian muncul ketika seorang periset memilih anggota – anggota sampel untuk memenuhi suatu kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria yang harus dipenuhi sampel adalah pria dan wanita yang berumur antara 17 hingga 24 tahun yang peneliti temukan di daerah Kelapa Gading dan sudah menonton film *Star Wars : The Force Awakens*. Ukuran sampel ditetapkan dengan rumus yang dikemukakan oleh Zikmund

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis statistik inferensial. Teknik analisis inferensial peneliti pilih karena peneliti ingin mencari hubungan antara kedua variabel. Menurut Kiyantono (2010:172), statistik inferensial digunakan untuk riset eksplanatif yang bertujuan menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Bajari (2015:121) menyatakan jika analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini mengembangkan uji korelasi *rank Spearman*. Penggunaan uji tersebut didasarkan atas pendapat Singarimbun yang menyatakan bahwa untuk mengukur hubungan antar variabel yang diukur dengan skala ordinal, salah satu uji yang boleh digunakan adalah uji korelasi *rank Spearman (Spearman's rank order correlation)*.

Dengan mengutip sebagian atau seluruh isi ini tanpa menyebutkan sumber:
Pengecualian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengecualian tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin IBIKKG.

HASIL PENELITIAN

Motif

Dari hasil kuesioner yang didapatkan, diketahui jika nilai masing – masing dimensi dalam variabel motif ialah sebagai berikut :

1. Motif informasi dengan nilai rata – rata 3,78
2. Motif identitas personal dengan nilai rata – rata 3,75.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial dengan nilai rata – rata 3,50.
4. Motif hiburan dengan nilai rata – rata 3,74.

Dari hasil tersebut diketahui jika rata – rata variabel motif adalah 3,68.

Kepuasan

Dari hasil kuesioner yang didapatkan, diketahui jika nilai masing – masing dimensi dalam variabel kepuasan ialah sebagai berikut :

1. Kepuasan informasi dengan nilai rata – rata 3,78
2. Kepuasan identitas personal dengan nilai rata – rata 3,75.
3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial dengan nilai rata – rata 3,50.
4. Kepuasan hiburan dengan nilai rata – rata 3,74.

Dari hasil tersebut diketahui jika rata – rata variabel kepuasan adalah 3,70.





Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian menggunakan uji *kolmogorov – smirnov*. Uji ini dilakukan pada *software* SPSS versi 23.

Tabel 1
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Motif	Kepuasan
N		113	113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	51.5	55.53
	Std. Deviation	221	98
Most Extreme Differences	Absolute	5.59	7.003
	Positive	990	87
	Negative	.056	.067
Test Statistic	Absolute	.056	.067
	Positive	.056	.067
	Negative	-	-.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.047	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber : Data kuesioner

Dari tabel 4.16 kita dapat melihat bahwa nilai Asymp.Sig pada variabel motif adalah 0,200 dan variabel kepuasan juga 0,200. Hal ini berarti data berdistribusi normal karena nilai Asymp.Sig > 0,05. Selain itu normalitas data juga disebutkan dari hasil perhitungan SPSS, dimana dikatakan data tes berdistribusi normal.

Analisis Hubungan

Analisis hubungan pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *rank Spearman* yang dihitung menggunakan *software* SPSS versi 23. Tabel 4.17 pada halaman 80 menunjukkan hasil uji korelasi pada penelitian ini.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - 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.

Tabel 2
Uji Korelasi

			Motif	Kepuasan
Spearman's rho	Motif	Correlation	1.00	.635**
		Coefficient	0	
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	113	113
	Kepuasan	Correlation	.635*	1.000
		Coefficient	*	
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	113	113

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data kuesioner

Berdasarkan uji korelasi tersebut dapat dilihat pada tabel 4.17 jika koefisien korelasi antara motif dan kepuasan adalah 0,635. Menurut Kriyantono, nilai 0,635 memiliki kekuatan hubungan yang cukup berarti. Hasil yang positif juga menandakan jika hubungan kedua variabel ini searah. Hubungan searah berarti jika nilai dari variabel motif naik, maka nilai dari variabel kepuasan akan naik juga.

Hubungan kedua variabel juga signifikan karena nilai Sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Jika angka probabilitas (sig.) lebih kecil dari 0,05 berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel motif dan variabel kepuasan.

Pembahasan

Dalam sub-bab ini, peneliti akan menjawab pertanyaan yang terdapat dalam identifikasi masalah. Dalam identifikasi masalah yang terdapat pada bab I atau bab pendahuluan, terdapat 2 pertanyaan. Pertanyaan itu adalah :

1. Seberapa kuat hubungan antara motif dan kepuasan pada remaja Kelapa Gading dalam menonton *Star Wars : The Force Awakens* ?
2. Apakah terdapat kesenjangan kepuasan pada remaja Kelapa Gading setelah menonton *Star Wars : The Force Awakens* ?

Jawaban atas kedua pertanyaan ini akan didasarkan dengan apa yang peneliti peroleh dari hasil kuesioner serta analisis yang peneliti lakukan. Untuk menjawab masalah pertama, yaitu seberapa kuat



hubungan antara motif dan kepuasan, kita dapat melihatnya dari hasil uji korelasi yang terdapat pada tabel 4.17 di halaman 80. Hasil uji korelasi menunjukkan jika nilai koefisien korelasi kedua variabel adalah 0,635. Nilai positif berarti jika hubungan kedua variabel searah, dan nilai 0,635, ini berarti kedua variabel ini memiliki hubungan yang cukup berarti.

Untuk menjawab masalah kedua, yaitu apakah terdapat kesenjangan kepuasan atau tidak, kita dapat menjawab masalah ini dengan melihat hasil dari kuesioner. Berdasarkan hasil kuesioner, variabel motif memiliki nilai rata – rata 3,68 dan variabel kepuasan memiliki nilai rata – rata 3,70. Karena nilai kepuasan > nilai motif ($3,70 > 3,68$) ini berarti tidak terjadi kesenjangan kepuasan pada remaja Kelapa Gading setelah menonton *Star Wars : The Force Awakens*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data – data yang sudah peneliti dapatkan dari penyebaran kuesioner kepada remaja di Kelapa Gading mengenai motif dan kepuasan mereka dalam menonton film *Star Wars : The Force Awakens* maka peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan dari penelitian ini. Kesimpulan yang peneliti paparkan disini juga dapat menjawab tujuan penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apa motif menonton film *Star Wars : The Force Awakens*, serta kepuasan apa yang didapatkan setelah menonton film *Star Wars : The Force Awakens*, dan juga mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan yang terdapat pada remaja Kelapa Gading yang menonton film *Star Wars : The Force Awakens*. Berikut kesimpulannya :

1. Motif yang dilakukan oleh 113 responden dalam menonton film *Star Wars : The Force Awakens* ialah motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi dan integrasi sosial, dan motif hiburan. Masing - masing motif ini masuk dalam kelompok setuju atau memiliki rentang nilai dari 3,4 – 4,2 pada skala *Likert*. Rata – rata nilai dari keempat motif ini adalah 3,68. Ini berarti para responden setuju jika mereka melakukan motif – motif tersebut dalam menonton film ini.
2. Kepuasan yang didapatkan oleh 113 responden dalam menonton film *Star Wars: The Force Awakens* ialah kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan interaksi dan integrasi sosial, dan kepuasan hiburan. Masing – masing kepuasan ini masuk dalam kelompok setuju atau memiliki rentang nilai dari 3,4 – 4,2 pada skala *Likert*. Rata – rata nilai dari keempat kepuasan ini adalah 3,70. Ini berarti para responden setuju jika mereka mendapatkan kepuasan - kepuasan tersebut dalam menonton film ini.
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara variabel dan variabel kepuasan. Dengan nilai koefisien korelasi 0,635. Hubungan ini juga searah karena nilainya positif, yang berarti jika nilai variabel motif naik maka nilai variabel kepuasan juga naik.
4. Berdasarkan nilai rata – rata dari variabel motif dan variabel kepuasan maka dapat disimpulkan jika nilai motif < kepuasan ($3,68 < 3,70$). Hal ini berarti tidak terjadi kesenjangan kepuasan dan para responden merasa puas dalam mengkonsumsi film *Star Wars: The Force Awakens*.



Saran

1. Saran Akademis

- a. Bagi pembaca atau peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis dapat menggunakan teori lain, misalnya saja teori *Individual Difference Theory* atau bisa juga dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menganalisis isi film *Star Wars : The Force Awakens*.
- b. Film *Star Wars : The Force Awakens* merupakan film pertama dari trilogi baru *franchise Star Wars*, maka bagi para peneliti yang tertarik dengan topik film *Star Wars* dapat meneliti kelanjutan dari film ini dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan penelitian.

2. Saran Praktis

- a. Bagi remaja, khususnya remaja di Kelapa Gading yang menonton film *Star Wars : The Force Awakens* disarankan untuk bergabung dengan komunitas *Star Wars* agar dapat menambah pengetahuan mengenai *franchise Star Wars*.
- b. Disarankan bagi para remaja untuk menonton film – film *Star Wars* mulai dari episode 1 hingga episode 6 agar dapat lebih mendalami trilogi *sequel Star Wars* yang baru.

DAFTAR PUSAKA

- C** 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 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.
- Ardianto, Elvinaro, et al (2014), *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bandung : Simbiosis.
- Bajari, Atwar (2015), *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, dan Etika*, Bandung : Simbiosis.
- Bordwell, David dan Kristin Thompson (2008), *Film Art : An Introduction / Eight Edition*, New York : McGraw-Hill.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2006), *Metode Riset Bisnis*, Volume 2, New York : McGraw – Hill
- Karyantono, Rachmat (2010), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : Prenada Media Group
- Morissan (2013), *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta : Kencana.
- Vera, Nawiroh (2014), *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin (2014), *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyanto (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- West, Richard dan Lynn H. Turner (2013), *Pengantar teori komunikasi : Analisis dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Buku 2, Terjemahan oleh Maria Natalia Damayanti Maer, Jakarta, Salemba Humanika



Internet

Adi, Tri Nugroho 2012, 'Motif dan Kepuasan penggunaan media,' diakses 20 Januari 2016, <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2012/12/23/motif-dan-kepuasan-penggunaan-media/>

Hendryadi 2012, 'Uji Validitas dan Reliabilitas,' diakses 29 Maret 2016, <https://teorionline.wordpress.com/2010/01/24/uji-validitas-dan-reliabilitas/>

Star Wars 2015, Wikipedia, diakses 3 Januari 2016, https://en.wikipedia.org/wiki/Star_Wars

The Force Awakens Release 2015, diakses pada 3 Januari 2016, http://starwars.wikia.com/wiki/Star_Wars%3A_Episode_VII_The_Force_Awakens

Zikmund, William G. 2013, 'Determination of Sample Size' http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DE0MgRWvrFYJ:www.swlearning.com/management/zikmund/bus_research/powerpoint/ch17.ppt+&cd=2&hl=en&ct=clnk, diakses 1 Februari 2016

Skripsi

Aditya, Satria Mandala (2012), Skripsi: *Hubungan Motif Dengan Kepuasan Menonton Acara Ini Talk Show Di Net TV*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (Tidak Dipublikasikan).

Emmy, Fahdarani (2010), Skripsi : *Efektivitas Penggunaan Efek Visual Pada Film Terhadap Minat Menonton Konsumen*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (Tidak Dipublikasikan).

K. Kisbandhi Virdha (2010), Skripsi : *Film televisi dan kesenjangan kepuasan (Studi tentang kesenjangan kepuasan menyaksikan Film televisi di SCTV dan sinema siang di RCTI di kalangan Mahasiswa ilmukomunikasi angkatan 2007- 2009 melalui pendekatan Uses and Gratifications)*. Universitas Sebelas Maret.

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.



Violenda (2015), Skripsi : *Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Dalam Menonton Stasiun Televisi NET Pada Aplikasi Mobile*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (Tidak Dipublikasikan).

Wangsaputri Kenwin (2014), Skripsi : *Representasi Feminisme dalam Film Divergent*. Binus (Tidak Dipublikasikan).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.