

BAB II

KAJIAN PUSTAKA



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teori

1. *Uses and Gratification Theory*

Teori pemenuhan kebutuhan dan kepuasan adalah teori yang membahas mengenai bagaimana kebutuhan khalayak dipenuhi oleh media. Para pendiri teori ini, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch menjelaskan bahwa inti dari teori *Uses and Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2010:208).

Media yang saat ini memiliki perkembangan yang pesat dan maju, menyebabkan timbulnya kebutuhan khalayak akan pemenuhan kebutuhan mereka ikut semakin besar. Hal tersebut menyebabkan media diuntut untuk terus dapat berkembang dan berinovasi agar dapat memenuhi segala kebutuhan khalayak yang ada akan media.

Penggunaan media pada individu ataupun lingkungan memiliki motif-motif tertentu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Teori *Uses and Gratification* membagi motif khalayak dalam menggunakan media menjadi empat motif utama. Menurut McQuail (dalam West dan Turner, 2008:104-105), mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan

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.



khalayak. Klasifikasi kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media mencakup

C

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

- a. Pengalihan (*diversion*), melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan.
- b. Hubungan personal (*personal relationship*), melibatkan penggunaan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas personal (*personal identity*), melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu.
- d. Pengawasan (*surveillance*) / informasi, melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

Dari keempat klasifikasi tersebut telah dijelaskan bahwa kebutuhan dan kepuasan khalayak akan media dapat di identifikasikan kategori, *diversion* yang merupakan gambaran bahwa khalayak menggunakan media untuk melepaskan diri dari rutinitas dan masalah atau mencari hiburan, *personal relationship* gambaran mengenai menggunakan media untuk dapat berinteraksi dengan orang lain, *personal identity* gambaran mengenai bagaimana media dapat menjadi alat untuk mencari identitas diri atau pribadi, dan terakhir *surveillance* yaitu bagaimana khalayak menggunakan media untuk mencari informasi yang di butuhkan.

Setelah khalayak menggunakan media dengan kategori tersebut, maka akan muncul dampak yang di timbulkan. Yaitu khalayak akan merasa terpuaskan karena tujuannya terpenuhi atau khalayak hanya sekedar mendapatkan pengalaman atau pengetahuan. Dengan demikian teori *Uses and Gratification* dapat menjelaskan kepuasan yang dimiliki khalayak terhadap suatu media yang digunakan.

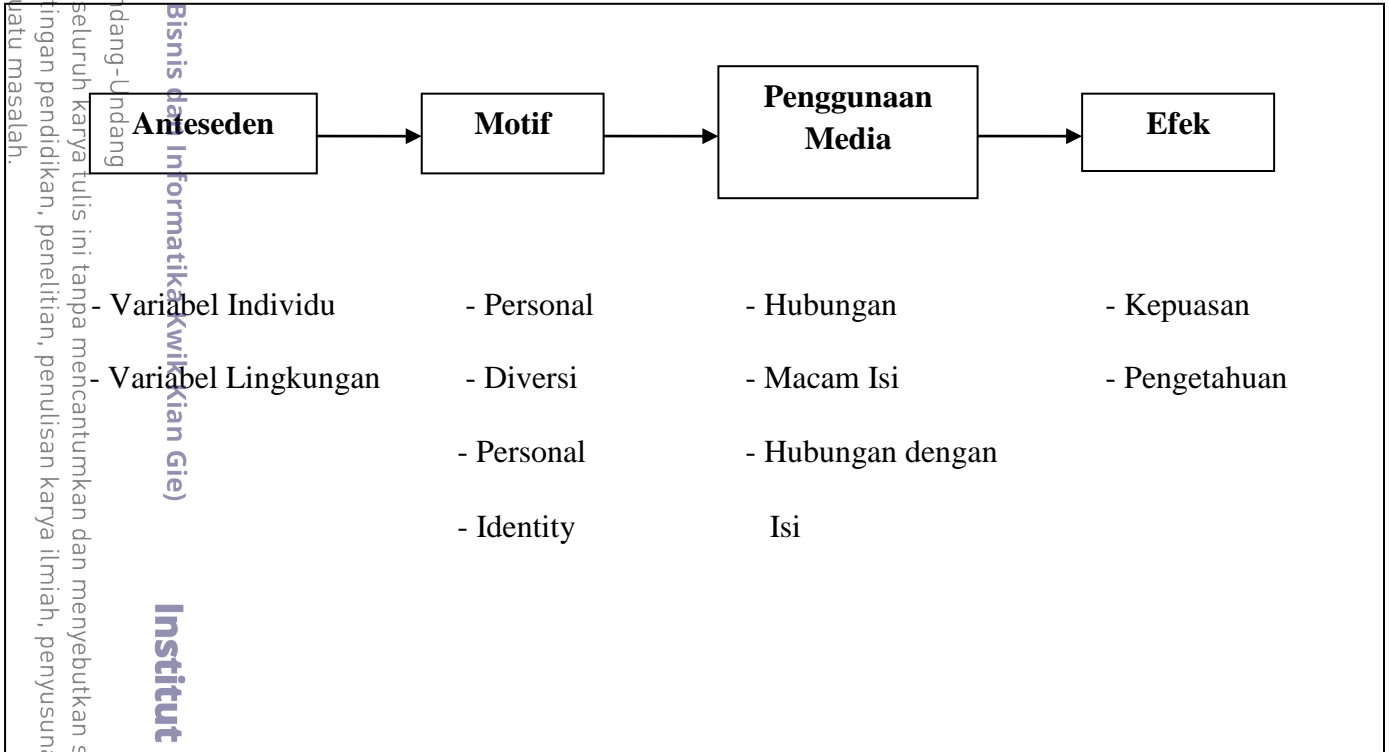
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Permasalahan utama dalam teori *uses and gratification* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Jadi bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Effendy, 2011: 289-290).

Gambar 2.1
Model Uses and Gratifications
Dari : (Katz and Blumler)



(Sumber : Rachmat, 2012:66)

Menurut Rachmat (2012:65) para pendirinya yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch menyatakan bahwa model ini ialah sumber psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain.

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 satu 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.



Disamping itu, teori ini meneliti kebutuhan yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Dengan demikian kebutuhan khalayak memiliki dasar dalam memilih suatu media yang berupa motif dalam menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini penggunaan media merupakan suatu harapan khalayak untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dan memuaskan khalayak sesuai dengan harapan yang di inginkan.

Menurut Gerungan (dalam Ardianto, 2007:93), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Ini dapat disimpulkan bahwa, motif adalah sesuatu yang menimbulkan tingkah laku. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Kepuasan tentunya berhubungan dengan kebutuhan. Kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media berada di tangan khalayak. Seseorang akan memilih acara yang lucu ketika mereka ingin tertawa, menonton berita ketika ingin mendapatkan informasi. Tidak ada seorangpun yang memutuskan apa yang kita inginkan dari sebuah media (West dan Turner, 2008:105).

Kepuasan dikategorikan sesuai dengan klasifikasi motif yang telah dijelaskan yaitu. Pertama adalah Kepuasan Informasi dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.

Selain itu, mereka dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, dapat mencari bimbingan menyangkut



berbagai masalah, dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat, dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

Kedua, yaitu kepuasan identitas pribadi dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan identitas pribadi apabila mereka dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri, dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan dapat memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa.

Ketiga, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati social, dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya, dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa., memiliki keinginan untuk dekat dengan orang lain, dan keinginan untuk dihargai oleh orang lain.

Keempat, Kepuasan Hiburan dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila mereka dapat melepaskan diri dari permasalahan, dapat bersantai dan mengisi waktu luang, dapat menyalurkan emosi, dan mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Setelah khalayak memenuhi motif dalam menggunakan media, maka akan menciptakan kepuasan yang sesuai dengan motif mereka dalam menggunakan media tersebut. Kepuasan khalayak pun berbeda-beda dan dapat diukur dengan menggunakan model *Expectancy Values* yang merupakan varian dari teori *Uses and Gratification*. Dengan model ini kita akan mengetahui mana kepuasan pada khalayak yang lebih besar dari ke empat kategori motif tersebut.

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.



2. *Expectancy Values*

Salah satu teori yang merupakan varian dari teori *Uses and Gratifications* yaitu teori *Expectancy values* (nilai pengharapan). Kebanyakan riset *Uses and Gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang memengaruhi penggunaan media. Palmgreen menanyakan apakah motif-motif khalayak telah dapat dipenuhi oleh media dan apakah khalayak telah merasa puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) (Kriyantono, 2010:210).

Menurut teori ini, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu (motif) ketika mengkonsumsi sesuatu jenis media tertentu. *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.

Dengan kata lain, menurut Palmgreen (dalam Kriyantono, 2010:211), *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. *Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

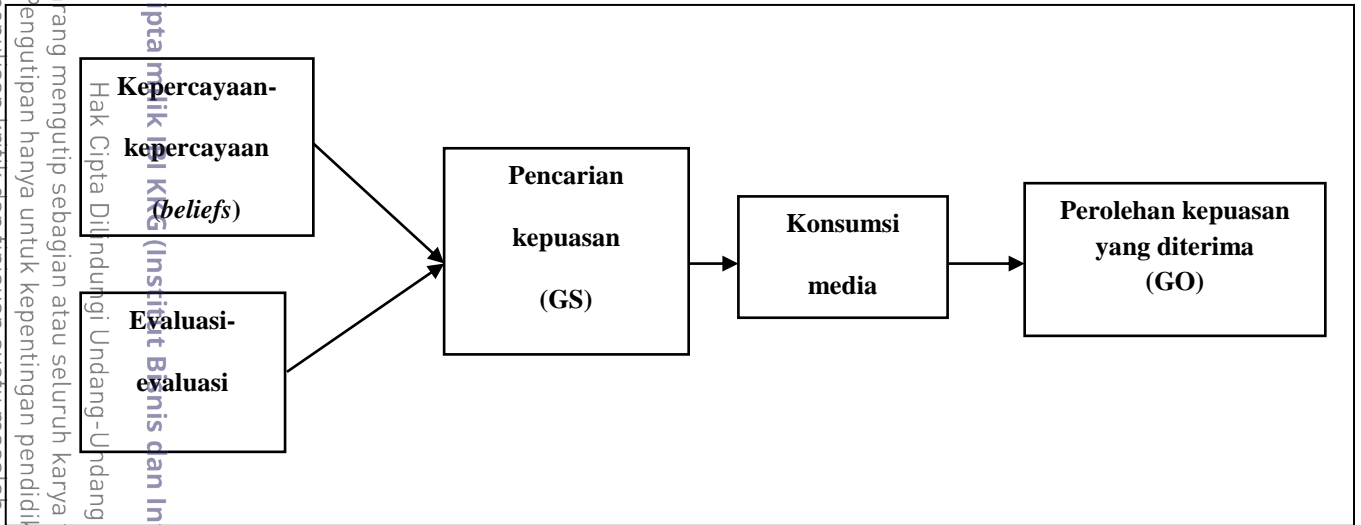
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Gambar 2.2

Model *Expectancy Values*

Dari : (Philip Palmgreen)



(Sumber : Kriyantono, 2010:212)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Kriyantono (2010:212), indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut :

- a. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* skor GO (*mean* skor GS > *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Media tidak memuaskan khalayaknya.
- b. Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO (GS = GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
- c. Jika *mean* skor GS lebih kecil dari *mean* skor GO (GS < GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan

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.



kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan khalayaknya.



Cara melihat kepuasan adalah semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Adanya motif merupakan awal seseorang menggunakan media. Puas atau tidaknya seseorang adalah evaluasi setelah menggunakan media tersebut.

Menurut Gerson (2005: 3) kepuasan khalayak adalah persepsi khalayak bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dalam hal ini, semakin puas seseorang menggunakan media sebagai acuan alternatifnya, maka semakin besar kebutuhan berdasarkan tujuan dan motif tertentu terpenuhi.

Penggunaan teori *Uses and gratification* pada penelitian ini menjadi teori utama dalam meneliti perbedaan kepuasan penggunaan *Soundcloud* dikalangan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ). Peneliti ingin mendapatkan hasil dengan membandingkan motif para mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) menggunakan *Soundcloud* sebagai sarana ekspresi diri mereka dengan kepuasan mereka menggunakan *Soundcloud*.

Dalam penelitian ini GS (*gratification sought*) adalah motif mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) seni musik dalam menggunakan *Soundcloud* dan GO (*gratification obtained*) dalam penelitian ini adalah kepuasan dalam penggunaan media tersebut. Teori *Uses and gratification* akan memberikan jawaban mengenai perbedaan kepuasan yang peneliti cari dengan membagi kepuasan dengan motif penggunaan media *Soundcloud*, sehingga akan mendapatkan hasil apakah ada atau tidak perbedaan dalam

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.



menggunakan *Soundcloud* dikalangan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) tersebut.

3. Media Sosial dan *Soundcloud*

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang semakin maju, memicu berkembangnya situs-situs internet yang semakin mempermudah penggunaannya untuk berinteraksi atau sekedar mengembangkan diri para khalayak. Media sosial yang lahir karena semakin besarnya kebutuhan khalayak dalam menggunakan media agar dapat terpenuhi secara cepat dan tidak terbatas oleh waktu yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Perkembangan media sosial menyebabkan terjadinya fenomena dalam arus informasi. Kini dengan kemudahan dan kecepatan arus informasi yang diberikan media sosial mampu menggantikan peran media konvensional seperti Tv, radio, ataupun koran dalam kegiatan penyebaran informasi. Menurut Santosa (dalam Junaedi, 2011:33) pesatnya perkembangan media sosial juga dipicu oleh adanya keinginan setiap orang untuk merasa harus memiliki media sendiri.

Media sosial kini menjadi sarana penting dalam berkomunikasi. Dunia kini semakin mudah untuk di jangkau tanpa perlu harus berpergian jauh. Media sosial pun mengajak siapa saja yang tertarik untuk dapat berpartisipasi dengan memberikan komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Dengan media sosial kita dapat dengan bebas mengomentari apapun yang disajikan oleh pengguna lainnya, dalam hal ini media sosial merupakan media dengan komunikasi dua arah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Media sosial dapat dipahami sebagai sebuah media *online*, yang dimana dalam penggunaannya hanya memerlukan akses internet dan langsung dapat digunakan sesuai kebutuhan kita. Kini media sosial menjadi sarana penting untuk berhubungan dengan pihak lain secara cepat. Ragam informasi yang keluar dari para penggunanya dengan saling bertukar satu dengan yang lain, berfungsi untuk saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Pada sisi lain *blog* dan jejaring sosial merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh khalayak.

Santosa mengatakan (dalam Junaedi, 2011:34) jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial merupakan bagian dari media sosial itu sendiri, salah satu contoh jejaring sosial adalah *Facebook*, *Myspace*, dan *Soundcloud*.

Dengan media sosial yang ada kita dapat memilah informasi tentang apa yang kita perlukan dan mencerna informasi yang pada era globalisasi ini telah terjadi banjir informasi, baik informasi positif ataupun informasi negatif. Media sosial membuat informasi semakin bersifat spesifik, begitu pula dengan pihak yang terlibat dengan informasi tersebut, misalnya terbentuknya suatu komunitas dan jaringan pertemanan lewat media sosial.

Media sosial dapat menyebarkan informasi dengan beragam format. Format tersebut dapat berupa sebuah video, tulisan, suara, gambar dengan sangat baik melalui jejaring sosialnya. Dampak yang di timbulkan dalam hal ini pun juga bisa lebih besar, kekuatan media sosial dalam menggiring opini publik sehingga menciptakan wacana publik pun memiliki pengaruh dan dampak yang besar bagi khalayak luas.

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 IBKKG.

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



Salah satu bagian dari media sosial yaitu *Soundcloud* merupakan media ekspresi yang memang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan khalayak dalam mengekspresikan diri mereka melalui seni musik. *Soundcloud* yang diciptakan oleh oleh seorang *sound design* bernama Alex Ljung dan artis Eric Wahlforss memiliki tujuan untuk membuat wadah bagi para musisi untuk dapat berbagi hasil karya mereka satu dengan yang lain.

Soundcloud memiliki fitur utama yang memungkinkan khalayak untuk dapat mengunggah karya mereka dengan khas URL. *Soundcloud* juga dapat di kombinasikan dengan media sosial lain seperti *Facebook* atau *Twitter* untuk dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dalam mempromosikan karya kita untuk dapat didengarkan oleh pengguna lainnya.

Keunggulan *Soundcloud* selain dapat menjadi wadah berekspresi adalah adanya fitur yang memungkinkan pengguna lain dapat mengomentari bagian tertentu dari hasil unggahan karya kita. Hal ini dikarenakan *Soundcloud* menggunakan *track audio* sebagai tampilan karya kita, sehingga memungkinkan untuk dapat dikomentari pada bagian tertentu. Dengan ada fitur tersebut kita dapat mengetahui mana bagian karya kita yang disukai atau tidak disukai oleh pendengar lainnya, sehingga kita dapat lebih mengembangkan diri dalam membuat suatu karya.

Fitur lainnya yang menarik pada *Soundcloud* adalah adanya fasilitas seperti pada media sosial lainnya, seperti adanya *inbox*, *comment*, atau mem *follow* pengguna lainnya, membuat grup yang digunakan untuk mempermudah berinteraksi dengan pengguna lainnya. Selain pengguna dapat mengunggah karya pribadi, *Soundcloud* juga dapat digunakan untuk mengunggah lagu atau karya orang lain sebagai koleksi pribadi kita.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Soundcloud juga memberikan pilihan kepada kita, apakah karya dan lagu yang kita unggah dapat di unduh oleh pengguna lainnya atau tidak. Hal ini memungkinkan bahwa orang lain dapat menikmati karya kita tanpa perlu harus masuk kedalam situs *Soundcloud* atau dengan kata lain karya yang sudah di unduh dapat di nikmati secara offline.

Soundcloud memiliki informasi atau pihak yang terlibat secara spesifik, dalam hal ini *Soundcloud* merupakan media sosial yang di peruntukan untuk para penggemar musik, baik itu seorang musisi ataupun hanya pengguna yang sekedar penikmat musik itu sendiri. *Soundcloud* digunakan oleh komunitas musik untuk saling bertukar informasi atau hanya sekedar mengekspresikan diri mereka melalui media tersebut.

Sesuai dengan karakter media sosial yang memiliki dampak besar dalam masyarakat, *Soundcloud* pun dapat memberikan dampak bagi penggunanya dalam mempromosikan karya pribadi atau orang lain sehingga dapat dengan cepat dan mudah dikenal oleh khalayak luas. Interaksi dalam bentuk komentar di media ini pun dapat memberikan informasi dengan cepat.

Untuk dapat menggunakan media sosial *Soundcloud*, kita hanya perlu melakukan registrasi terlebih dahulu. Setelah terdaftar kita baru dapat mengunggah karya yang kita miliki. *Soundcloud* juga memungkinkan kita untuk mengunggah suara dengan format yang memiliki ukuran kecil seperti *Mp3* sampai format dengan ukuran besar seperti WAV.

Pengguna *Soundcloud* kini semakin bertambah besar seiring dengan bertambahnya kebutuhan khalayak untuk memiliki wadah ekspresi diri khalayak. Hal ini terbukti dengan awal kemunculan *Soundcloud* pada tahun 2007 dan empat tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKKG (Institusi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kemudian *Soundcloud* mengumumkan bahwa mereka memiliki 5 juta pengguna yang terdaftar, dan pada tahun 2010 *Soundcloud* mengumumkan kembali bahwa mereka memiliki sepuluh juta pengguna yang terdaftar. Kini menurut menurut media digital *Mashable*, menyatakan bahwa *Soundcloud* saat ini mengklaim memiliki dua 250 juta pengguna aktif per bulan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswi Kwik Kian Gie School of Business, Valerie Denise Hartanto pada Oktober 2014 dengan judul *Motif Mahasiswa Dalam Menonton Video Music Cover Melalui Situs Youtube*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya rata-rata motif informasi, identitas personal, interaksi sosial, dan hiburan dalam menonton video *music cover* melalui situs *Youtube* dengan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan teori. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey dengan jenis penelitian eksploratif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisisioner.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisisioner dan peneliti menggunakan metode sensus dengan teknik analisis data yaitu analisis presentasi, skala likert, dan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif terbanyak dalam menonton video *music cover* melalui situs *Youtube* adalah motif hiburan dengan rata-rata sebesar 3,8 dan motif lain dengan rata-rata sebesar 3,54 pada motif informasi, 2,94 untuk motif identitas pribadi, dan 3,5 untuk rata-rata pada motif interaksi sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 IBKKG.

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



Bila dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh penulis, maka terdapat beragam kesamaan dari segi metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dari segi landasan teori yang digunakan pun sama yaitu *Uses and Gratifications* dengan motif sebagai alat yang diukur.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam teknik penarikan sampel. Dalam penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sensus sedangkan metode pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah sampling berstrata dengan jenis proporsional.

Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswi Kwik Kian Gie School of Business, Elsy pada September 2014 dengan judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Adaptasi Mahasiswa Pendetang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku adaptasi mahasiswa pendatang. Dalam penelitian ini peneliti terdahulu menggunakan teori *Uses and Gratifications* dan teori adaptasi lintas budaya integratif sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisisioner dan peneliti menggunakan teknik *sampling* purposif dimana sampel mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti terdahulu berdasarkan tujuan riset. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebesar 39,5% penggunaan media sosial berpengaruh untuk membantu adaptasi sosial mahasiswa pendatang dan mayoritas digunakan oleh kaum wanita.

Bila dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh penulis, maka terdapat kesamaan dari segi metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan dari segi



landasan teori yang digunakan pun sama yaitu *Uses and Gratifications*. Dari segi materi penelitian, peneliti terdahulu memiliki kesamaan dengan peneliti yaitu kesamaan meneliti mengenai media sosial

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam teknik penarikan sampel. Dalam penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling* purposif sedangkan metode pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah *sampling* berstrata dengan jenis proporsional.

Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business, Richard Tanuwijaya pada Maret 2015 dengan judul : Hubungan Antara Motif Menonton Tayangan “Jalan-jalan” Men Di Situs *YouTube* dan Minat Berwisata Lokal.

Penelitian ini menjelaskan mengenai hubungan antara motif untuk menonton acara “jalan-jalan” men dari situs *YouTube* dengan minat penonton acara tersebut terhadap keinginan berwisata lokal, yang dibahas berlandaskan teori *Uses and Gratification* dan teori minat.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey dengan jenis penelitian eksplanatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisisioner yang bersifat tertutup, dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi untuk melihat hubungan dua variabel.

Obyek penelitian dalam penelitian yang dilakukan ini adalah aktivitas menonton tayangan jalan-jalan men di situs *YouTube*, dengan memfokuskan pada mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010 hingga 2013 sebagai obyek yang diteliti.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dikukan oleh penulis adalah dengan kesamaan menggunakan teori *uses and gratifications* sebagai teori utama, dan peneliti terdahulu mengambil *YouTube* sebagai penelitian yang merupakan bagian dari media sosial seperti yang menjadi bahasan peneliti.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam teknik penarikan sampel. Dalam penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling* purposif sedangkan metode pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah *sampling* berstrata dengan jenis proporsional.

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

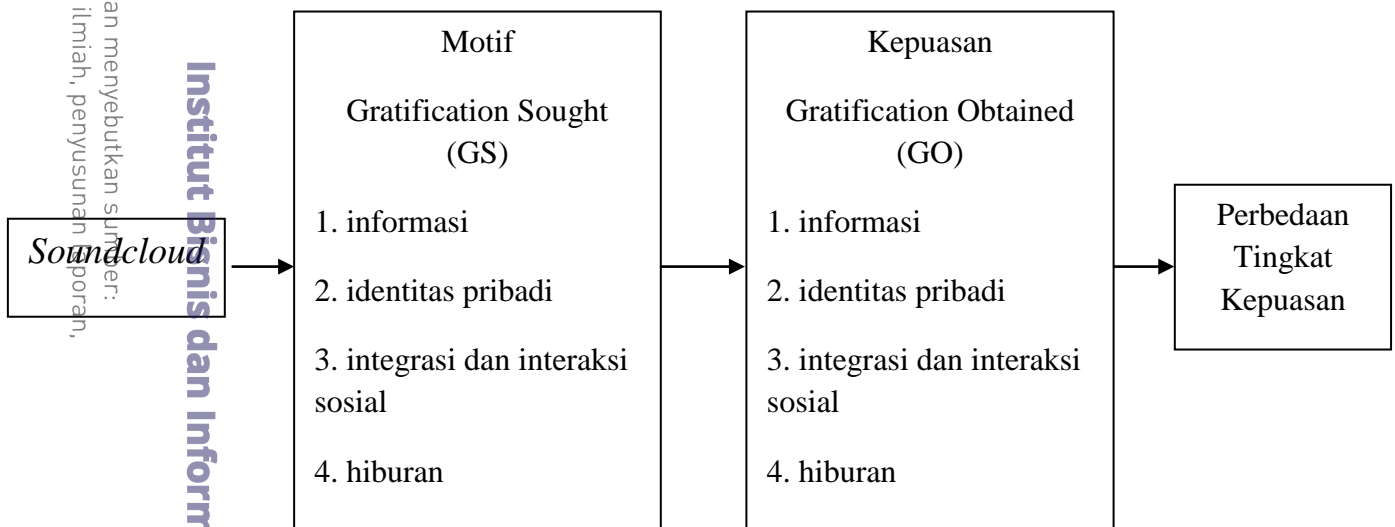
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam kerangka pemikiran kali ini *Soundcloud* sebagai media sosial yang digunakan oleh mahasiswa seni musik Institut Kesenian Jakarta (IKJ) memiliki suatu motif tertentu (*gratification sought*) yang memiliki empat aspek dalam penggunaannya. Yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Apabila motif terpenuhi, maka tercipta kepuasan (*gratification obtained*) dari keempat aspek tersebut. Dari motif dan kepuasan akan menghasilkan tingkat kepuasan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) dalam menggunakan *Soundcloud*. Hal ini untuk melihat apakah ada perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) dalam menggunakan *Soundcloud* sebagai sarana mengekspresikan diri.

Berikut bagan kerangka pemikiran pada gambar 2.3 di bawah ini.

Gambar 2.3

Bagan Kerangka Pemikiran



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



D. Hipotesis

© Siregar (2013:39) menyatakan bahwa hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya dan harus diuji lebih dahulu. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis deskriptif, yaitu hipotesis yang tidak membandingkan dan menghubungkan dengan variabel lain atau hipotesis yang dirumuskan untuk menggambarkan suatu fenomena, atau hipotesis yang dirumuskan untuk menjawab permasalahan taksiran.

H₀ : Tidak ada kesenjangan tingkat kepuasan dalam penggunaan media sosial *Soundcloud* dikalangan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) jurusan seni musik angkatan 2010-2014.

H₁ : Terdapat kesenjangan tingkat kepuasan dalam penggunaan media sosial *Soundcloud* dikalangan mahasiswa Institut Kesenian Jakarta (IKJ) jurusan seni musik angkatan 2010-2014.

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.