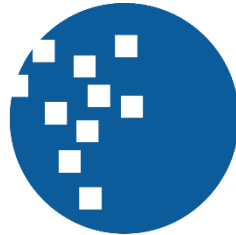


**MOTIF PENGGUNAAN AKUN YOUTUBE KIMBAB FAMILY
SEBAGAI PEMENUHAN KEBUTUHAN PEMBELAJARAN
BUDAYA KOMUNIKASI KOREA SELATAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Cindy Tania

NIM: 00000037176

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**MOTIF PENGGUNAAN AKUN YOUTUBE KIMBAB FAMILY
SEBAGAI PEMENUHAN KEBUTUHAN PEMBELAJARAN
BUDAYA KOMUNIKASI KOREA SELATAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Cindy Tania

NIM: 00000037176

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cindy Tania
Nomor Induk Mahasiswa : 00000037176
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Motif Penggunaan Akun Youtube Kimbab Family Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran Budaya Komunikasi Korea Selatan

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juli 2023



(Cindy Tania)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Motif Penggunaan Akun Youtube Kimbab Family Sebagai Pemenuhan
Kebutuhan Pembelajaran Budaya Komunikasi Korea Selatan

Oleh

Nama : Cindy Tania

NIM : 00000037176

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 3 Juli 2023

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.

NIDN 0317089201

Pembimbing

Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.

NIDN 0307128703

Dr. Endah Murwani, M.Si.

NIDN 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Tania
NIM : 00000037176
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul

Motif Penggunaan Akun Youtube Kimbab Family Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran Budaya Komunikasi Korea Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Cindy Tania)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sebab atas berkat serta kasih-Nya, saya sendiri sebagai peneliti telah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Motif Penggunaan Akun Youtube Kimbab Family Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran Budaya Komunikasi Korea Selatan” dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat agar dapat lulus dan meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Saat menjalankan proses penelitian skripsi, peneliti menerima banyak sekali dukungan dan saran dari orang-orang sekitar. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M. A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah menyalurkan berbagai ilmu, saran, arahan, serta motivasi kepada peneliti melalui proses bimbingan yang dilakukan hingga dapat terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Sidang dan Ibu Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si., selaku Penguji yang telah memberikan saran ataupun masukan saat sidang kepada peneliti.
6. Para responden, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan dalam bentuk moral maupun materil, kasih sayang, dan doa, sehingga peneliti dapat semangat serta termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Edward, yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk mendengar segala keluh kesah peneliti dan menjadi *support system* peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Gracia dan Merry, selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan, yang telah memberikan semangat dan motivasi hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi landasan atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengangkat teori *uses and gratifications* pada media sosial Youtube. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan tugas akhir ini, peneliti menerima kritik serta saran yang dapat membangun dari para pembaca.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, mohon maaf bila ada kata yang kurang berkenan, atas perhatiannya peneliti ucapkan terima kasih.

Tangerang, 13 Juni 2023



(Cindy Tania)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MOTIF PENGGUNAAN AKUN YOUTUBE KIMBAB FAMILY SEBAGAI PEMENUHAN KEBUTUHAN PEMBELAJARAN BUDAYA KOMUNIKASI KOREA SELATAN

Cindy Tania

ABSTRAK

Fenomena budaya Korea Selatan semakin menyebar secara luas di Indonesia melalui media sosial. Salah satunya akun Youtube Kimbab Family yang menampilkan budaya komunikasi Korea Selatan yang dibuat oleh pasangan antara orang Indonesia dan Korea Selatan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif dan pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan khalayak dari penggunaan akun Youtube Kimbab Family. Penelitian ini menerapkan teori *Uses and Gratifications*, yang mengkaji tentang motif penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan khalayak. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif dengan metode survei. Sampel diambil secara *purposive sampling* berjumlah 203 responden yang merupakan *subscribers* Kimbab Family. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* dan dianalisis menggunakan uji *paired sample t-test*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan akun Youtube Kimbab Family telah mampu memenuhi kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan bagi para *subscribers*. Namun, bila dilihat pada setiap dimensi, akun Youtube Kimbab Family hanya memenuhi kebutuhan *subscribers* pada dimensi kognitif, afektif, integrasi personal, dan integrasi sosial. Sedangkan, belum memenuhi kebutuhan pada dimensi pelepasan. Kontribusi penelitian ini untuk mengembangkan teori *uses and gratifications* pada media sosial Youtube dan sebagai tinjauan atau masukan bagi Kimbab Family untuk perancangan konten ke depannya.

Kata kunci: *Uses and gratifications*, budaya komunikasi Korea Selatan, Youtube

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

MOTIVES FOR USING KIMBAB FAMILY YOUTUBE ACCOUNT AS A FULFILLMENT OF SOUTH KOREAN COMMUNICATION CULTURE LEARNING NEEDS

Cindy Tania

ABSTRACT

The phenomenon of South Korean culture is increasingly spreading widely in Indonesia through social media. One of them is the Kimbab Family Youtube account which shows South Korean communication cultures created by a couple between Indonesians and Koreans. The purpose of this research is to find out the audiences' motives and fulfillment of the learning needs of South Korean communication culture from using the Kimbab Family Youtube account. This research applies the Uses and Gratifications theory, which examines the motives for using media and fulfillment of audience needs. This research is explanatory research with a survey method. Samples were taken by purposive sampling, totaling 203 respondents who are subscribers of Kimbab Family. The data was collected through an online questionnaire and analyzed using paired sample t-test. The result of this study indicates that overall the Kimbab Family Youtube account has been able to meet the learning needs of South Korean communication culture for subscribers. However, when viewed from each dimension, the Kimbab Family Youtube account only meets the needs of subscribers in cognitive, affective, personal integration, and social integration dimensions. Meanwhile, it has not meets the needs in release dimension. The contribution of this research is to develop the uses and gratifications theory on Youtube social media and as a review or input for Kimbab Family for the future content creation.

Keywords: *Uses and gratifications, South Korean communication culture, Youtube*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II KERANGKA TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Teori & Konsep.....	19
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	19
2.2.2 Media Sosial Youtube.....	23
2.3 Hipotesis Teoritis.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	25
3.3 Metode Penelitian.....	26

3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	27
3.5.1 Variabel Motif Penggunaan Akun Youtube (X).....	27
3.5.2 Variabel Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran (Y).....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	36
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Akun Youtube Kimbab Family.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2.2 Motif Penggunaan Akun Youtube Kimbab Family.....	43
4.2.3 Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran Budaya Komunikasi Korea Selatan.....	49
4.2.4 Uji Hipotesis.....	54
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis.....	66
5.2.2 Saran Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y	32
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X	37
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X	38
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Usia Responden	43
Tabel 4.3 Dimensi Motif Kognitif	44
Tabel 4.4 Dimensi Motif Afektif	45
Tabel 4.5 Dimensi Motif Integrasi Personal	45
Tabel 4.6 Dimensi Motif Integrasi Sosial	47
Tabel 4.7 Dimensi Motif Pelepasan	48
Tabel 4.8 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Kognitif	49
Tabel 4.9 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Afektif	50
Tabel 4.10 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Integrasi Personal	51
Tabel 4.11 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Integrasi Sosial	52
Tabel 4.12 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Pelepasan	53
Tabel 4.13 Perbandingan GS dan GO Total	54
Tabel 4.14 Korelasi GS dan GO Total	55
Tabel 4.15 <i>Paired T-Test</i> GS dan GO Total	55
Tabel 4.16 Perbandingan GS dan GO Dimensi Kognitif	56
Tabel 4.17 Perbandingan GS dan GO Dimensi Afektif	56
Tabel 4.18 Perbandingan GS dan GO Dimensi Integrasi Personal	57
Tabel 4.19 Perbandingan GS dan GO Dimensi Integrasi Sosial	57
Tabel 4.20 Perbandingan GS dan GO Dimensi Pelepasan	58
Tabel 4.21 <i>Paired T-Test</i> Seluruh Dimensi	58
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	61

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Uses and Gratifications</i>	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 <i>Profile Akun Youtube Kimbab Family</i>	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Frekuensi Variabel Motif Penggunaan Akun Youtube	72
Lampiran B Data Frekuensi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Pembelajaran	79
Lampiran C Kuesioner <i>Google Form</i>	86
Lampiran D Hasil Jawaban Kuesioner	86
Lampiran E Hasil Uji Turnitin	87
Lampiran F <i>Form</i> Konsultasi Skripsi	88

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA