

MOTIF DAN KEPUASAN GENERASI Z KOTA DENPASAR MENGGUNAKAN VIDIO SEBAGAI APLIKASI VIDEO STREAMING

Santi Sandy Mustika Dewi Wijaya¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana
Email: santi.sandy65@gmail.com¹⁾, ramaswati.purnawan@unud.ac.id²⁾,
rasamanda13@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Vidio is a video sharing website, this site allows users to upload, watch and share videos. Video can be used on internet-connected devices, such as smartphone, tablet, and also on smart TV. Vidio is a video streaming application service. This study aims to find out what the motives of Generation Z of Denpasar City are using Vidio as a video streaming application and how satisfaction is obtained by Generation Z of Denpasar City in using Vidio as a video streaming application. The subjects of this research are Generation Z in Denpasar City with the years of birth 1997-2012. Denpasar City was chosen because Denpasar City is listed as the city that has the highest number of internet users in Bali Province. In this study, using the motives proposed by Dennis McQuail, namely information motives, personal identity motives, social integration and interaction motives, and entertainment motives. The theory used in this research is Uses and Gratifications Theory. This research uses descriptive quantitative method with purposive sampling technique. Data collection was obtained by distributing questionnaires using a likert scale. The results of this study indicate that there is one of four motives that can be satisfied from using video, namely the motive of integration and social interaction, while the information motive, personal identity motive, and entertainment motive have not been able to be satisfied.

Keywords: Motive, Satisfaction, Generation Z, Vidio

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangatlah begitu pesat melahirkan beragam hal baru salah satunya internet. Internet memungkinkan masyarakat untuk mengakses media dari manapun dan sangat memudahkan masyarakat dalam memberi dan menerima informasi dengan cepat. Dilansir dari databoks.katadata.co.id, Internet World Stats menyatakan bahwa penetrasi internet yang ada di tanah air mencapai jumlah 76,8% per Juni 2021. Pengguna internet di negara Indonesia telah mencapai lebih kurang sekitar 212,35 juta orang dengan estimasi total populasi

sebesar 276,36 juta jiwa. Pengguna internet yang tinggi memberikan perkembangan terhadap media konvensional dengan munculnya media baru (*new media*) seperti televisi, radio, dan koran.

Media baru ialah sebuah sarana ataupun alat dalam menyampaikannya sebuah pesan ataupun informasi terhadap para khalayak umum maupun luas dengan cara mempergunakan teknologi digital ataupun kerap kali disebutkannya dengan sebutan jaringan teknologi komunikasi dan informasi (Kurniansyah, 2020). Salah satu jenis media baru saat ini yaitu *video*

streaming. *Video streaming* merupakan sebuah teknologi untuk mengirimkan video, data, maupun audio yang telah dikompresikan dengan dilaluinya jaringan internet yang ditampilkannya oleh satu *player* dengan cara yang *realtime*.

Indonesia memiliki beberapa aplikasi atau web yang bergerak dalam bidang *video streaming*, salah satunya Vidio. Vidio yang didirikan oleh Adi Sariaatmadja dari sejak Oktober 2014. Vidio merupakan situs web untuk berbagi berbagai macam video, situsnya tersebut dapat digunakan guna menonton, mengunggah, serta juga berbagi video. Vidio dapat diunduh dalam versi mobile seperti di *smartphone*, tablet, dan juga di smart TV dan memiliki fitur untuk menonton secara *live* acara dari berbagai saluran televisi di Indonesia yang dimana merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh Vidio dibandingkan dengan media *streaming* lainnya (<https://support.vidio.com>).

Vidio kerap kali memasuki sebagai nominasi dalam ajang penghargaan dan banyak meraih beberapa penghargaan. Dikutip dari m.bola.com, Vidio meraih tiga penghargaan sekaligus yaitu kategori *Reward Management, Learning & Development, Talent Acquisition*, dan *Talent Retention* pada ajang *Human Resources HR Excellence Award 2021* yang digelarkannya oleh Majalah SWA dan juga Lembaga Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. Berdasarkan data dari Merdeka.com bahwa peningkatan terjadi dimulai pada bulan April yang jumlah visitor naik hingga 60 juta kali kunjungan dan berlanjut sampai bulan Mei.

Peningkatan 5 juta per bulan untuk sisi *download* aplikasi, dan aplikasi Vidio.com bagi pengguna smartTV sudah diunduh lebih dari 500 ribu.

Generasi Z maupun yang sering disebutlannya dengan sebutan *zoomer* ialah sebuah generasi yang lahirnya itu dari tahun 1997 sampai dengan 2012. Di tahun itu, media sosial maupun teknologi internet jadi bagian daripada kehidupan para manusia. Dilansir dari www.lifestyle.kompas.com dari hasil survei yang dipublikasikan YPulse pada 2019 yaitu mengungkap bahwa *streaming* video sebanyak 75% Gen Z mempergunakan *smartphone* guna melihat video. kemudian, hanya sekitar 54% dari para generasi milenial yang melakukannya perihal yang serupa. Berdasarkan data tersebut, peneliti mengambil Generasi Z sebagai subyek penelitian. Penelitian mengenai motif dan kepuasan menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming* akan dilakukan di Kota Denpasar, karena Kota Denpasar menjadi daerah dengan akses tertinggi di Bali.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* memberikan penekanan bahwasanya pengguna media memainkan suatu peranan aktif guna menggunakan serta juga memilih media itu. Pengguna media ialah suatu pihak yang aktif pada tahapan komunikasi, pengguna dari pada media ini berusaha guna mencari sumber media yang terbaik yang ada di dalam usaha untuk bisa memenuhi keperluannya. Diartikan bahwa,

teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwasanya pengguna memiliki pilihan alternatif yang bisa memuaskan kebutuhan yang dirinya miliki (Rohmah, 2020). Dengan begitu, khalayak bakal mempergunakan media yang berguna serta juga sesuai teruntuk dirinya.

Motif dan Kepuasan dalam Mengonsumsi Media

Motif individu dalam mengonsumsi suatu media dapat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan serta kegunaannya dari media yang sedang dipergunakan (Darma, 2019). Menurut Ardiyanto & Erdinaya (2014) dalam Kurniansyah & Malau (2020), semua hal yang dikerjakan oleh individu pada dasarnya mempunyai sebuah motif, motif dapat dijelaskan sebagai sebuah acuan, alasan ataupun dorongan awal yang terdapat pada setiap individu yang menyebabkan individu untuk melakukan sesuatu.

Motif yang mendukung audiens untuk menggunakan media, dari penggunaan media tersebut akan menimbulkan keinginan dari audiens untuk menggapai sebuah kepuasan tertentu yang ingin diperoleh audiens dari penggunaan media tersebut. Terdapat empat kategori motif menurut McQuail (1991:70) dalam Adiangantoro (2017), yakni motif identitas personal, motif informasi, motif integrasi serta juga interaksi sosial dan motif hiburan. Philip Palmgreen menyebut bahwasanya kepuasan khalayak dalam menggunakan media dibagikannya jadi 2 macam yakni

Gratification Obtained serta *Gratification Sought*.

New Media dan Video Streaming

New media menjelaskan mengenai kemunculan dari media yang memiliki sifat digital, terkomputerisasi serta berjaringan sebagai hasil dari meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Sari, 2020). Media baru mempunyai tujuan untuk digunakan yakni memberi paham tentang kehadiran media yang memiliki sifat terkomputerisasi, digital, serta juga berjaringan yang menjadi efek dari adanya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi. Dalam penelitian ini *new media* yang dimaksud adalah *video streaming*. Melalui *video streaming*, khalayak dapat mengakses dimana saja dan dapat mengulang, mempercepat, serta menghentikan sementara video. *Video streaming* mempunyai sifat yang fleksibel dari segi waktu serta kegunaannya.

Generasi Z

Generasi Z yang kerap kali disebut dengan sebutan generasi internet ataupun *igeneration*. Generasi internet ini berkembang serta bertumbuh seiring dengan digitalisasi yang ada pada berbagai macam aspek. Generasi Z, mahir dalam menggunakan bermacam-macam media teknologi (*digital natives*) serta mempunyai karakteristik unik yaitu multi-tasking yang membuat generasi Z berbeda dengan generasi sebelumnya (Christiani & Iksari, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Jenis dari pada penelitian ini ialah kuantitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian ini menggunakan kriteria responden yang memiliki tahun lahir 1997-2012 di Kota Denpasar dan aktif menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming*. Sampel dalam penelitian ini yakni 130 responden. Teknik analisis data yang dipergunakan yakni statistik deskriptif serta menyajikan data dalam bentuk tabel serta narasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Vidio yakni sebuah situs web berbagi video, situsnya tersebut dapat digunakan oleh pengguna guna melakukan aktivitas menonton, mengunggah, serta juga berbagi berbagai macam video. Vidio menyediakan beberapa menu yang memudahkan penggunaannya, antara lain *live streaming televisi, Movies, Tv Show, Sports, News, Music, Education, Pets & Animals, Culinary*, serta banyak menu lainnya. Adapun beberapa fitur-fitur yang dimiliki oleh Vidio untuk memudahkan penggunaannya yakni fitur Lanjutkan Menonton, Akan Tayang di Vidio, Daftarku, *Kids Mode*. Vidio juga memiliki paket langganan yang bernama *Vidio Premier* berfungsi untuk mengakses konten-konten eksklusif, pengguna bisa menonton tanpa iklan, serta pengguna dapat mengakses tayangan TV internasional.

Profil Responden

Responden dalam penelitian berjumlah 130 responden. Responden terbanyak adalah responden tahun lahir 1997-2001

dengan presentase sebesar 73,1%. Selanjutnya, responden dengan rentang tahun lahir 2002-2006 menduduki posisi kedua dengan presentase 16,2%. Kemudian diurutan ketiga responden dengan rentang tahun lahir 2007-2012 dengan presentase 10,8%. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 53,8% perempuan serta responden dengan jenis kelamin pria berjumlah sebanyak 46,2%.

Berdasarkan pendidikan terakhir, SMA/Sederajat memiliki persentase 69,2%, pendidikan terakhir Diploma/Sarjana sebesar 18,5%, pendidikan terakhir SD/Sederajat sebesar 10,8%, pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebesar 1,5%. Berdasarkan pekerjaan saat ini, siswa/mahasiswa dengan persentase sebesar 86,9%, pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu sebesar 7,7%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 4,6%, pekerjaan lainnya sebesar 0,8%. Tidak ada responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Deskripsi Hasil Uji Motif dan Kepuasan Menggunakan Vidio

Akumulasi Skor rata-rata dari Motif dan Kepuasan Menggunakan Vidio

Jenis Motif	Gratifications Sought (GS)	Gratifications Obtained (GO)
Informasi	4,28	4,27
Identitas Personal	4,11	4,07

Jenis Motif	<i>Gratification Sought (GS)</i>	<i>Gratifications Obtained (GO)</i>
Integrasi dan Interaksi Sosial	4,15	4,19
Hiburan	4,46	4,45
Rata-rata	4,25	4,25

Berdasarkan tabel diatas bahwa aspek informasi menunjukkan ketidakpuasan karena nilai *Gratification Sought (GS)* yang lebih besar yakni berjumlah 4,28 dari nilai *Gratification Obtained (GO)* yakni yang berjumlah mencapai 4,27.

Tabel diatas menunjukkan bahwa aspek identitas personal tidak mendapat kepuasan karena nilai *Gratification Sought (GS)* yang lebih besar yaitu 4,11 dari nilai *Gratification Obtained (GO)* yaitu 4,07.

Pada aspek integrasi dan interaksi sosial terjadi kepuasan, dikarenakan nilai *Gratification Sought (GS)* yang lebih kecil yaitu 4,15 dari nilai *Gratification Obtained (GO)* yaitu 4,19.

Berdasarkan tabel diatas, bahwa aspek hiburan memiliki nilai yang paling besar dibandingkan dengan aspek lainnya, akan tetapi aspek hiburan tidak mendapat kepuasan dikarenakan nilai *Gratification Sought (GS)* yang lebih besar yaitu 4,46 dari nilai *Gratification Obtained (GO)* yaitu 4,45.

Analisis Data

Berdasarkan hasil dari olah data penelitian ini mendapatkan satu dari empat motif yang dapat terpuaskan dalam menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming* oleh generasi Z di Kota Denpasar dengan rentang tahun lahir 1997-2012 yakni motif integrasi dan interaksi sosial, dikarenakan nilai *Gratification Sought (GS)* yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai *Gratification Obtained (GO)*, diartikan bahwa kepuasan yang didapatkan responden dari menggunakan Vidio dalam aspek integritas dan interaksi sosial melebihi dengan kepuasan yang diinginkan atau yang diharapkan oleh responden. Dalam penelitian ini juga terdapat tiga motif yang tidak terpuaskan yakni motif informasi. Motif hiburan serta identitas personal, dikarenakan nilai *Gratification Sought (GS)* atau kepuasan yang dicari oleh responden lebih besar dibanding pada nilai *Gratification Obtained (GO)* atau kepuasan yang didapatkan oleh responden.

Dalam teori *Uses and Gratifications* menekankan bahwasanya para pengguna media memainkan suatu peranan yang aktif dalam mempergunakan serta juga memilih media itu. Pengguna media ialah suatu pihak yang aktif pada tahapan komunikasi, pengguna dari pada media ini berusaha guna mencari sumber media yang terbaik yang ada di dalam usaha untuk bisa memenuhi keperluannya. Diartikan bahwa, teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwasanya pengguna memiliki pilihan alternatif guan bisa memuaskan kebutuhan yang dirinya miliki

(Rohmah, 2020). Jika dilihat dari akumulasi skor rata-rata secara keseluruhan dari motif dan kepuasan menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming* dapat diartikan bahwa Vidio memberikan kepuasan pada khalayaknya karena skor *Gratification Sought* (GS) dan skor *Gratification Obtained* (GO) sama yakni sebesar 4,25 yang dapat diartikan jika skor rata-rata *Gratification Sought* (GS) sama dengan skor rata-rata *Gratification Obtained* (GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi. Maka dari itu kepuasan yang diinginkan oleh responden dalam menggunakan Vidio terpenuhi dan tidak terjadi kesenjangan kepuasan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa terdapat 130 responden yang merupakan generasi z dengan rentang tahun lahir 1997-2012 di Kota Denpasar yang aktif menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming*. Terdapat motif dan kepuasan yang paling tinggi melatarbelakangi responden menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming* adalah aspek hiburan. Hal ini berarti yang berkaitan dengan mendapatkan hiburan, rasa senang, melepaskan diri dari masalah, mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan menjadi alasan utama responden menggunakan Vidio. Terdapat motif dan kepuasan terendah dimiliki oleh responden adalah aspek identitas personal menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming*.

Terdapat satu motif yang mampu terpuaskan dalam menggunakan Vidio sebagai aplikasi *video streaming*, yaitu motif integrasi dan interaksi sosial. Responden mengaplikasikan pengetahuan dengan menonton tayangan di Vidio untuk membantu lingkungan sekitar, peserta juga dapat berpartisipasi dalam diskusi dari menggunakan Vidio dan menemukan istilah baru melalui tayangan di Vidio untuk digunakan dalam lingkungan pertemanan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan terdapat tiga motif yang belum terpuaskan, yaitu motif informasi, identitas personal dan motif hiburan. Harapan pengguna Vidio untuk memperoleh informasi melalui tayangan Vidio, mendapatkan rasa damai ketika menggunakan Vidio, pembaca dapat mengetahui cerita dan mendapatkan pengetahuan baru dengan menonton Vidio belum dapat terpuaskan. Terdapat harapan responden untuk mengetahui hal yang menarik dari tokoh, mengetahui ajaran-ajaran yang baik, mengetahui karakter yang sesuai dengan pengguna dari menonton tayangan di Vidio belum terpuaskan. Selain itu harapan responden untuk memperoleh rasa senang dan mengisi waktu luang juga belum mampu terpuaskan.

Saran

Saran yang dapat diberikan bagi para pengguna Vidio disarankan untuk dapat memilah dengan baik tayangan yang akan ditonton agar sesuai dengan usia penonton sehingga dapat memberikan manfaat dan hiburan dengan usia penonton dan berperan sebagai khalayak yang aktif dalam menelaah pesan-pesan yang terdapat

dalam tayangan Vidio. Sehingga memperoleh pengetahuan yang dapat berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Selain itu para pengguna khususnya orang tua bisa memanfaatkan fitur untuk anak-anak yaitu “Kids Mode” berguna untuk memberikan pengalaman menonton yang aman dan menyenangkan untuk anak-anak dan tayangan yang diberikan sangat edukatif serta menarik yang diakses dengan mudah.

Bagi Vidio disarankan agar melakukan perbaikan penyempurnaan program dikarenakan hanya terdapat satu motif yang terpuaskan, agar tiga motif yang belum terpuaskan dari pengguna Vidio dapat terpenuhi. Selain itu Vidio disarankan agar mampu meningkatkan kualitas tayangan yang ditampilkan, terutama pada motif hiburan. Karena pada penelitian ini motif hiburan sebagai motif tertinggi namun belum dapat memuaskan generasi Z Kota Denpasar secara keseluruhan. Kemudian bagi Vidio diharapkan agar menambahkan atau menyisipkan ajaran-ajaran yang baik melalui cerita atau penokohan yang terdapat dalam tayangan Vidio, sehingga penonton dapat mempelajari maupun menerapkan ajaran-ajaran baik tersebut.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, agar dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel lainnya, seperti tingkat ketergantungan menggunakan *video streaming* atau variabel lainnya yang dapat membantu memperkuat atau mengoreksi hasil penelitian sebelumnya. Selain itu juga diharapkan agar memperdalam penelitian ini

dengan mencari data kualitatif dari alasan terdapatnya motif yang belum terpenuhi dan sudah terpenuhi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adiandigantoro, D.W., Mayangsari, I.D., & Apriyanti, A. (2017). ANALISIS DESKRIPTIF GRATIFICATION SOUGHT DAN GRATIFICATION OBTAINED SITUS BERITA ONLINE (STUDI KOMPARASI PEMBACA SITUS BERITA ONLINE DETIK.COM DAN KOMPAS.COM). (Online). (<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3375> diakses pada 18 Oktober 2021).
- Christiani, L.C., & Ikasari, P.N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. (Online). (<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3326> diakses pada 19 Oktober 2021).
- Darma, M.D.S., Pascarani, N.N.D., & Pradipta, A.D. (2019). MOTIF DAN KEPUASAN REMAJA KOTA DENPASAR MENONTON TAYANGAN HOTMAN PARIS SHOW MELALUI YOUTUBE. (Online). (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/52277> diakses pada 17 Oktober 2021).
- Jamaludin, F. (25 Juni 2020). Selama Pandemi, Kunjungan Vidio.com Meningkat 60 Juta Kali. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari Merdeka : <https://www.merdeka.com/teknologi/selama-pandemi-kunjungan-vidiocom-meningkat-60-juta-kali.html?page=2>
- Kurniansyah, A., & Malau, R.M.U. (2020). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA *STREAMING* JOOX (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA BANDUNG PENGGUNA JOOX). (Online). (<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/156760/motif-penggunaan-media-streaming-joox-studi-kasus-pada-mahasiswa-pengguna-joox-.html> diakses pada 18 Oktober 2021).

- Kusnandar, V.B. (13 Oktober 2021). Penetrasi Internet Indonesia Peringkat 7 di Asia Tenggara. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari: Databoks.Katadata:
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/13/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-7-di-asia-tenggara#:~:text=Penetrasi%20Internet%20di%20Asia%20Tenggara%20\(per%20Juni%202021\)&text=Berdasarkan%20data%20Internet%20World%20Stats,sebanyak%20276%2C36%20juta%20jiwa.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/13/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-7-di-asia-tenggara#:~:text=Penetrasi%20Internet%20di%20Asia%20Tenggara%20(per%20Juni%202021)&text=Berdasarkan%20data%20Internet%20World%20Stats,sebanyak%20276%2C36%20juta%20jiwa.)
- Pradigdo, B.G. (23 Juli 2021). Performa Terus Menanjak Kala Pandemi Menyerang, Vidio Meraih 3 Penghargaan. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari Bola :
<https://m.bola.com/amp/4614271/performa-terus-menanjak-kala-pandemi-menyerang-vidio-meraih-3-penghargaan>
- Rohmah, N.N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). (Online).
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957> diakses pada 18 Oktober 2021).
- Sari, N.P.P.A., Suryawati, I.G.A.A., & Pradipta, A.D. (2020). MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNA NETFLIX SEBAGAI MEDIA *STREAMING* DI KALANGAN REMAJA KOTA DENPASAR. (Online).
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/76800> diakses pada 18 Oktober 2021).
- Sasongko, Y.A.T. (15 September 2021). Lahir di Era Digital, Ini Perbedaan Kebiasaan Gen Z dan Milenial Saat Terkoneksi Secara Digital. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari Kompas :
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/09/15/171300220/lahir-di-era-digital-ini-perbedaan-kebiasaan-gen-z-dan-milenial-saat>