

MOTIF REMAJA DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI NETFLIX DI KOTA SAMARINDA (Anggota Komunitas Samarinda Movie Mania)

**Nina Afra Rifai¹, Finnah Fourqoniah²,
Kadek Dristiana Dwivayani³**
1502055045

Abstrak

Nina Afra Rifai, dengan skripsi berjudul Motif Remaja Dalam Menggunakan Aplikasi Netflix Di Kota Samarinda (Anggota Komunitas Samarinda Movie Mania). Tujuan penelitian ini untuk mengemukakan dan mengetahui motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix. Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei. Peneliti menggunakan empat kategori motif yaitu Motif informasi, Motif identitas pribadi, Motif integrasi dan interaksi sosial dan Motif hiburan.

Menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan Teknik Sampling Jenuh, Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 55 orang berusia remaja yang merupakan anggota aktif komunitas Samarinda Movie Mania dan menggunakan aplikasi Netflix. Analisis data dilakukan dengan distribusi frekuensi dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipersentasekan dan juga menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) untuk menarik kesimpulan dari keempat motif tersebut. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah keempat motif berperan penting dalam diri remaja (anggota) dalam memilih untuk menggunakan aplikasi Netflix sesuai dengan minat dan kebutuhan remaja. Tetapi bila dibandingkan antara keempat motif tersebut, untuk keseluruhan responden maka motif informasi dan motif hiburan yang lebih berpengaruh (dominan) dalam diri remaja (anggota Samarinda Movie Mania) dalam menggunakan aplikasi Netflix dan motif Integrasi dan Interaksi Sosial & Motif Identitas Pribadi merupakan motif terendah pengguna dalam menggunakan aplikasi Netflix.

Kata Kunci: *Motif, Remaja, Netflix, Komunitas*

¹ Mahasiswi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nina290397@gmail.com

² Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan melakukan berbagai aspek kehidupan secara *online*. Setiap individu menggunakan beberapa perangkat elektronik terutama *smartphone* untuk mengakses internet. Pengguna *smartphone* saat ini di Indonesia didominasi oleh remaja usia produktif terutama pada generasi Z yang tumbuh bersama teknologi. Di Indonesia, remaja generasi Z identik dengan remaja usia produktif yang akrab dengan dunia teknologi digital. Masyarakat Indonesia kerap menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet. *smartphone* memiliki banyak fitur yang bisa membantu dan memberikan manfaat pada masyarakat secara *online*. *Smartphone* memiliki sebuah sistem operasi yang di dalamnya terdapat banyak fitur yang bisa digunakan diantaranya adalah antar muka atau *interface*, *finger print*, *face unlock*, aplikasi *mobile*, dan pengelolaan memori. Salah satu yang ingin peneliti bahas adalah aplikasi *mobile*.

Aplikasi *mobile* merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang digunakan remaja dalam mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhannya. aplikasi *mobile* yang kerap digunakan pengguna internet di Indonesia termasuk remaja dalam mencari konten hiburan, salah satunya adalah aplikasi menonton video *online* / *streaming* video. Netflix merupakan media *streaming* berbasis langganan untuk menonton dan mengunduh tayangan video acara TV dan film yang menghadirkan pilihan konten video premium dengan berbagai genre yang menarik untuk ditonton terutama untuk para remaja. Dengan adanya fenomena besarnya kalangan remaja yang menjadi pengguna *smartphone* dan terus berkembangnya pasar aplikasi *mobile*, Netflix hadir di Indonesia sebagai aplikasi menonton video *online* berbasis *mobile streaming*.

Netflix merupakan aplikasi *mobile* yang dapat diunduh menggunakan *smartphone* secara gratis. Netflix tidak hanya memiliki fitur menonton secara *streaming* saja, namun juga menghadirkan fitur berisi informasi yang dibutuhkan pengguna dalam menentukan film apa yang menarik untuk ditonton. Seperti adanya, informasi genre, batas usia, sinopsis film, trailer atau cuplikan film, dan kualitas format video. Fitur – fitur tersebut tentunya memudahkan pengguna ketika menonton film secara *private* dimanapun pengguna berada. Penggunaan media yang dalam hal ini adalah aplikasi Netflix dilatar belakangi oleh adanya motif seseorang untuk memuaskan kebutuhannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa yang menjadi motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix di Kota Samarinda.
2. Apa motif dominan penggunaan aplikasi Netflix pada remaja di Kota Samarinda
3. Apa motif terendah penggunaan aplikasi Netflix pada remaja di Kota Samarinda

Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan judul, latar belakang, dan perumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix di Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui motif dominan penggunaan aplikasi Netflix pada remaja di Kota Samarinda
3. Untuk mengetahui motif terendah penggunaan aplikasi Netflix pada remaja di Kota Samarinda

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang apa yang menjadi motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix di Kota Samarinda
2. Manfaat Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian diruang lingkup ilmu komunikasi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya untuk mengetahui penerapan pendekatan teori motif penggunaan media, dimana dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mengidentifikasi motif-motif yang menjadi pendorong khalayak, dalam hal ini remaja di Kota Samarinda dalam menggunakan aplikasi Netflix

KERANGKA DASAR TEORI

Motif Penggunaan Media

Manusia yang menjadi pengguna media tentunya mempunyai motif dalam menggunakannya. Motif-motif itu merupakan suatu dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu dalam hal ini memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media termasuk pada penggunaan aplikasi Netflix. McQuail (1991:72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) Motif Informasi (2) Motif Identitas Pribadi (3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (4) Motif Hiburan.

Remaja

Remaja, yang dalam bahasa aslinya disebut adolescence, berasal dari bahasa latin adolescere yang artinya "tumbuh untuk mencapai kematangan". Perkembangan lebih lanjut, menurut Hurlock istilah adolescence sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. (Ali, Mohammad dan Mohammad Asrori: 2006).

Batasan Usia Remaja

Batasan usia remaja menurut beberapa sumber adalah (Sarwono, 2015) : (1) WHO menyatakan membagi kurun usia remaja dalam 2 bagian, yaitu remaja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-20 tahun (2) Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sendiri menetapkan usia 15-24 tahun sebagai usia pemuda (*youth*) (3) Di Indonesia, batasan remaja yang mendekati batasan PBB tentang pemuda adalah kurun usia 15-24 tahun.

Pada jurnal yang ditulis oleh Putro yang berjudul Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja yang membahas definisi remaja, Wirawan (2017: 26) menjelaskan bahwa batas usia 24 tahun adalah merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri penuh sebagai orang tua. (Putro 2017).

Aplikasi Mobile

Menurut Rangsang Purnama pada skripsi yang ditulis Anggiani (2012), aplikasi *mobile* adalah sebutan untuk aplikasi yang berjalan di *mobile device*. Dengan menggunakan aplikasi *mobile*, dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya.

New Media

Menurut Roger Filder dalam bukunya “*Mediamorfosis*”, media baru (*new media*) merupakan perubahan media lama (*old media*) yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian proses yang ia sebut dengan *Mediamorfosis*. Media baru merupakan semua bentuk media komunikasi yang baru saja muncul. (Fidler 2003). Menurut Roger Filder (2003) *mediamorfosis* adalah perubahan media komunikasi, biasanya membawa dampak pada kebutuhan, tekanan – tekanan yang bersifat kompetitif dan politis, sekaligus membawa pembaruan dalam bidang sosial dan teknologi. Berdasarkan hal tersebut, media baru (*new media*) merupakan media lama (*old media*) yang bertransformasi menjadi bentuk media komunikasi yang baru (*new media*) dan membawa pembaruan dalam bidang sosial dan teknologi.

Definisi Konseptual

Pada penelitian ini mengedepankan konsep teori motif penggunaan media yang didukung dengan McQuail (1991:72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) Motif Informasi (2) Motif Identitas Pribadi (3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (4) Motif Hiburan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan studi deskriptif dengan variabel tunggal yaitu Motif Remaja Dalam Menggunakan Aplikasi Netflix Di Kota Samarinda. Sugiyono (2017:35) mengatakan, “Mendefinisikan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”.

Lokasi Penelitian

Menurut Afrizal (2016:128), “lokasi penelitian merupakan lokasi dari sebuah penelitian, itu merupakan tempat di mana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai setting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu kepada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya”. Lokasi penelitian yang diteliti yaitu Komunitas Samarinda Movie Mania di Kota Samarinda.

Definisi Operasional

Definisi operasional mencoba memberikan arti pada suatu variabel untuk memperjelas konsep variabel tersebut sehingga dapat membatasi penelitian secara jelas. Karena itu, variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel bersama dengan parameter dan indikator-indikatornya. (Bungin 2010:71)

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator
Motif Penggunaan Media McQuail (1991:72)	<i>Motif Informasi</i>	Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.	Informasi tentang Film & Acara TV di Aplikasi
		Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan	Film dan acara TV pada aplikasi menjadi bahan diskusi di lingkungan sosial
		Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum	Informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu terhadap Film & Acara TV di Aplikasi
		Belajar, pendidikan diri sendiri	Aplikasi menyediakan informasi terkait Film & Acara TV
		Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan	Film & Acara TV di Netflix memiliki informasi yang dibutuhkan
	<i>Motif Identitas Pribadi</i>	Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi	Aplikasi memperkuat jati diri sebagai seorang remaja dan anggota komunitas
		Menemukan model perilaku	Film & Acara TV di Aplikasi menginspirasi untuk berperilaku sebagai remaja

		Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)	Film & Acara TV di Aplikasi menggambarkan kehidupan sebagai remaja
		Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri	Menonton pada aplikasi membantu diri menemukan lingkungan sosial dengan minat yang sama
<i>Motif Integrasi dan Interaksi Sosial</i>		Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial	Film dan acara TV menumbuhkan empati dan lebih menghargai orang lain
		Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki	Efek tayangan film dan TV pada aplikasi memberikan kemudahan kepada remaja untuk mengidentifikasi diri dengan orang lain.
		Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial	Tayangan Film & Acara TV di aplikasi memudahkan interaksi sosial
		Membantu menjalankan peran sosial	Penggunaan aplikasi membantu terlaksananya peran sosial
		Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat	Pembicaraan tentang Film & Acara TV di aplikasi membangun ikatan dalam interaksi social
	<i>Motif Hiburan</i>		Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
		Bersantai	Tayangan Film & Acara TV dalam aplikasi dapat membantu diri lebih santai
		Memperoleh kenikmatan dan estetis	Diri menikmati tayangan Film & Acara TV di aplikasi
		Mengisi Waktu	Tayangan Film & Acara TV di aplikasi dapat mengisi waktu luang dengan tidak mengalami rasa bosan
		Penyaluran emosi	Diri terbawa alur cerita Film & Acara TV pada aplikasi

Populasi dan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik yang diambil yaitu sampling jenuh (sensus). Menurut Sugiyono (2014:118) Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu, Penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 55 orang berusia remaja yang merupakan anggota aktif komunitas Samarinda Movie Mania dan menggunakan aplikasi Netflix.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian (Bungin 2008:123). pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan 37 kuesioner *online*. Kuesioner *online* sendiri merupakan bagian dari teknik pengumpulan data secara *online*, seperti yang diungkapkan Bajari (2015) “Survei *online* memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengumpulkan data secara cepat, mencapai target sasaran, dan efisien dari segi biaya”. Dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner berjenis *online* dengan menggunakan aplikasi survei *Google Form*.

Teknik Pengukuran Data

Dalam mengukur variabel, penelitian ini menggunakan skala Likert. Rating yang terdapat dalam skala Likert menunjukkan frekuensi pada setiap butir pernyataan memiliki bobot yang sama. skor yang diberikan untuk setiap item pernyataan adalah: 1. Sangat Setuju (4), 2. Setuju (3), 3. Tidak setuju (2), 4. Sangat Tidak Setuju (1) (Sugiyono,2012).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Statistik Deskriptif. Sugiyono (2017:232) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Uji Validitas Instrumen

Koefisien validitas memiliki makna jika bergerak dari 0.00 sampai 1.00 dan batas minimum koefisien korelasi sudah dianggap memuaskan jika $r \geq 0.30$. (Azwar 2012). uji validitas penelitian menggunakan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for Windows Release versi 25,0.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator dari variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Singarimbun dan Effendi 2006:140) dan koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,6. Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, yang menurut Arikunto (2002:193) merupakan teknik paling konsisten untuk menghitung reliabilitas dalam penelitian sosial, termasuk dalam ilmu komunikasi.

Analisis Data Statistik Deskriptif

“Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (standard deviation)” (Sugiyono, 2017:147). Pada penelitian ini, teknik analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis data deskriptif.

Pada penelitian ini menggunakan distribusi frekuensi untuk teknik analisis data dengan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{F_x}{N} \times 100 \% \text{ (dalam Burhan Bungin, 2010:172) Dimana:}$$

N= Jumlah Kejadian

F_x= Frekuensi Individu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Samarinda Movie Mania berdiri pada tahun 2015 merupakan suatu komunitas para pecinta film yang berdomisili di kota Samarinda. Tujuan didirikannya komunitas ini untuk para anggota bisa saling bersilahturahmi dan membahas film/ acara TV. Komunitas Samarinda Movie Mania juga menjadi sarana para anggota untuk berkumpul dalam berbagai kegiatan. Komunitas ini memiliki akun media sosial yang dikelola oleh para admin dan aktif membagikan informasi mengenai film terbaru yang akan tayang atau sedang tayang. Komunitas Samarinda Movie Mania kerap menjalin komunikasi kepada sesama anggota membahas berbagai hal tentang film. Para anggota komunitas yang aktif berdiskusi tergabung dalam sebuah grup di media sosial Whatsapp. Di komunitas ini terdiri dari berbagai macam golongan di berbagai rentang usia termasuk remaja.

Hasil Penelitian

Pada tahap penyebaran kuesioner terdiri dari 34 pertanyaan, Yaitu sesuai dengan pendapat McQuail (1991:72) yang membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok sebagai berikut, Motif informasi terdiri dari 7 pernyataan, Motif identitas pribadi terdiri dari 7 pernyataan, Motif integrasi dan interaksi sosial terdiri dari 10 pernyataan, dan Motif hiburan terdiri dari 10 pernyataan. sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 55 orang berusia remaja yang merupakan anggota aktif komunitas Samarinda Movie Mania dan menggunakan aplikasi Netflix.

Dengan total populasi sampel yang menjadi anggota responden berjumlah 39 orang laki-laki dan 16 orang perempuan. Usia anggota aktif yang menjadi responden mayoritas berumur 24 tahun dengan jumlah 31 orang. Dengan diikuti umur 23 tahun sejumlah 6 orang, lalu umur 20 tahun sebanyak 6 orang, selanjutnya umur 19 tahun sejumlah 3 orang, lalu umur 22 tahun sebanyak 2 orang, diikuti umur 21 tahun dengan 2 orang, lalu selanjutnya umur 16 tahun sebanyak 2 orang, dilanjutkan umur 15 tahun sebanyak 2 orang, dan umur 18 tahun sebanyak 1 orang, sedangkan tidak terdapat responden pada pada umur 17 tahun.

Analisis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix di Kota Samarinda pada kalangan anggota Komunitas Samarinda Movie Mania. Kuesioner dibagikan kepada 55 anggota komunitas Samarinda Movie Mania yang aktif dan memenuhi kriteria penelitian untuk menjadi responden. Setelah responden menjawab pertanyaan maka peneliti akan melakukan uji reabilitas, uji validitas serta analisis frekuensi.

Uji Validitas Instrumen

Hasil uji validitas sesuai dengan 55 responden pada r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah sebesar 0,2202, semua uji validitas pada penelitian ini dinyatakan valid karena lebih besar dari nilai r tabel.

Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas melalui SPSS pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan 34 item pertanyaan atau variabel yang diteliti adalah reliabel (Reliabilitas Diterima) karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* senilai 0,922 lebih besar dari standar 0.60

Pembahasan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa remaja di kota Samarinda khususnya anggota Samarinda Movie Mania memiliki motif yang berbeda-beda dalam menggunakan Netflix. Dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 55 responden yang memiliki aplikasi Netflix pada *smartphone* mereka, seluruh responden yang menggunakan Netflix, menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi social, dan motif hiburan berperan penting dalam diri setiap individu untuk mendorong dalam menggunakan aplikasi Netflix.

1. Motif Informasi

Pernyataan responden mengenai Motif Informasi diwakili pernyataan 1 sebagai indikator motif informasi yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Informasi yaitu responden menjawab “sangat setuju” sebesar 50,9% dan “setuju” sebanyak 43,6% yaitu responden menggunakan aplikasi netflix untuk mendapatkan informasi terbaru tentang film & acara TV yang disukai.

Motif Informasi juga diwakili pernyataan 7 sebagai indikator motif informasi yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Informasi yaitu persentase sebesar 30,9% yang memilih “sangat setuju” dan 58,2% menjawab “setuju” yakni responden mendapatkan informasi & ilmu pengetahuan pada film dan acara TV di Netflix dan merasa lega setelah selesai menonton

2. Motif Identitas Pribadi

Pernyataan responden mengenai Motif Identitas Pribadi diwakili pernyataan 10 sebagai indikator motif Identitas Pribadi yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Identitas Pribadi

yaitu responden menjawab “sangat setuju” sebesar 27,3% dan “setuju” sebanyak 47,3% yaitu responden menggunakan Netflix untuk banyak berinteraksi/bertukar pendapat dengan sesama anggota Samarinda Movie Mania.

3. **Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

Pernyataan responden mengenai Motif Integrasi dan Interaksi Sosial diwakili pernyataan 19 sebagai indikator Motif Integrasi dan Interaksi Sosial yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Integrasi dan Interaksi Sosial yaitu responden menjawab “sangat setuju” sebesar 32,7% dan “setuju” sebanyak 40,0% yakni responden menonton Film & Acara TV di Netflix untuk terus mendapatkan bahan obrolan yang menarik untuk dibahas bersama teman-teman.

4. **Motif Hiburan**

Pernyataan responden mengenai Motif Hiburan diwakili pernyataan 33 sebagai indikator Motif Hiburan yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Hiburan yaitu responden menjawab “sangat setuju” sebesar 25,5% dan “setuju” sebanyak 65,5% yaitu responden menyatakan Film & Acara TV di Netflix memiliki alur cerita yang seru. Motif Hiburan juga diwakili pernyataan 34 sebagai indikator motif hiburan yang merupakan item pernyataan dengan persentase tertinggi responden memilih Motif Hiburan yaitu persentase responden menjawab “sangat setuju” sebesar 25,5% dan “setuju” sebanyak 65,5% responden menyatakan bahwa kategori Film & Acara TV yang beragam membuat betah menggunakan Netflix.

Motif Dominan Pengguna Aplikasi Netflix

Dari presentase keseluruhan pada keempat motif yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya adalah, Motif Informasi dan Motif Hiburan lebih dominan pada diri remaja (anggota Samarinda Movie Mania) dalam menggunakan aplikasi Netflix. Hal tersebut telah dijabarkan dengan mayoritas responden mengaku setuju terhadap indikator Motif Informasi yang diwakili oleh dua item pernyataan.

Pada pernyataan pertama yakni “Menggunakan Aplikasi Netflix untuk Mendapatkan Informasi Terbaru Tentang Film & Acara TV yang Disukai” yang merupakan pernyataan dengan persentase tertinggi dipilih responden dari seluruh item pernyataan, yakni sebesar 50,9% menjawab “sangat setuju” dan “setuju” sebanyak 43,6%. Sedangkan pada item pernyataan kedua yang menyatakan “Mendapatkan Informasi & Ilmu Pengetahuan Pada Film dan Acara TV di Netflix dan Merasa Lega Setelah Selesai Menonton” sebanyak 30,9% responden yang memilih “sangat setuju” dan 58,2% menjawab “setuju”.

Pada indikator Motif Hiburan diwakili oleh dua item pernyataan yaitu “Film & Acara TV di Netflix Memiliki Alur Cerita yang Seru” menjadi motif paling dominan dengan persentase responden menjawab “sangat setuju” sebesar 25,5% dan “setuju” sebanyak 65,5%. Sedangkan pada item pernyataan kedua yang menyatakan “Kategori Film & Acara TV Yang Beragam Membuat Betah Menggunakan Netflix” responden menjawab “sangat setuju” sebesar 25,5% dan “setuju” sebanyak 65,5%.

Motif Terendah Pengguna Aplikasi Netflix

Berdasarkan hasil penelitian, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial & Motif Identitas Pribadi menempati urutan terendah sebagai motif pendorong bagi remaja (anggota Samarinda Movie Mania) untuk menggunakan aplikasi Netflix. Hal tersebut telah dijabarkan dengan mayoritas responden mengaku tidak setuju terhadap indikator Motif Integrasi dan Interaksi Sosial yang diwakili oleh pernyataan “Merasa Lebih Mencintai Keluarga, Pasangan, Maupun Teman-Teman Setelah Menonton Film & Acara TV di Netflix” dengan persentase terendah dipilih responden dari seluruh item pernyataan yaitu sebesar 43,6% menjawab “tidak setuju” dan yang memilih “sangat tidak setuju” sebanyak 12,7%. Pada indikator Motif Identitas Pribadi, diwakili oleh item pernyataan “Menggunakan Netflix untuk Menonton Film & Acara TV yang Sedang Viral Dibicarakan Orang Agar Tidak Ketinggalan Jaman” dengan persentase dipilih responden dari seluruh item pernyataan sebanyak 45,5% yang menjawab “tidak setuju”, dan 5,5% anggota yang menjawab “sangat tidak setuju”.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti mengenai motif remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix di Kota Samarinda di kalangan anggota Komunitas Samarinda Movie Mania dapat disimpulkan bahwa pada motif penggunaan media yang terdiri dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan berperan pada diri masing – masing anggota dalam menggunakan Netflix.

Dari persentase keseluruhan pada keempat motif yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya adalah motif informasi dan motif hiburan lebih dominan pada diri remaja (anggota Samarinda Movie Mania) dalam menggunakan aplikasi Netflix. Hal tersebut telah dijabarkan dengan mayoritas responden mengaku setuju dengan persentase tertinggi dari keseluruhan item pernyataan terhadap indikator motif informasi dan motif hiburan. Jika dibandingkan antara keempat motif yang telah diterangkan, untuk keseluruhan responden maka motif identitas pribadi dan motif integrasi & interaksi sosial menempati urutan terendah sebagai motif pendorong bagi remaja (anggota Samarinda Movie Mania) untuk menggunakan aplikasi Netflix. Hal tersebut telah dijabarkan dengan mayoritas responden mengaku tidak setuju terhadap indikator motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial.

Saran

Harapan peneliti adalah keempat motif yang menjadi fokus penelitian ini yaitu Menurut McQuail (1991) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Yaitu, Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Motif Hiburan menjadi lebih seimbang. Sehingga aplikasi Netflix tidak hanya digunakan sebagai media informasi dan hiburan saja tetapi juga dapat bermakna baik seperti memberi ilmu pengetahuan dan sebagai sumber informasi yang baik pada usia remaja.

Motif Informasi pada aplikasi Netflix diharapkan berguna untuk menambah wawasan mengenai Film dan menjadikan informasi yang didapat dari Netflix sebagai sarana interaksi maupun pusat informasi sehingga kehidupan sosial tetap dijalankan dengan baik.

Motif Identitas Pribadi diharapkan membantu anggota yang berumur remaja untuk menemukan jati dirinya sebagai remaja pada umumnya serta meningkatkan rasa percaya diri ditengah masyarakat. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial pada aplikasi Netflix diharapkan membantu remaja untuk dapat bersosialisasi dengan orang-orang disekitarnya, sehingga disaat asyik menggunakan Netflix tidak melupakan kehidupan bermasyarakat.

Motif Hiburan diharapkan berguna untuk mengatur suasana hati, karena setiap individu membutuhkan hiburan untuk menyalurkan perasaannya agar terhindar dari perasaan negatif seperti depresi dan stress. Netflix merupakan media baru (*new media*) yang menjadi pilihan banyak orang dalam menghibur mereka. Netflix menyediakan layanan *streaming* film & acara TV yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan ruang dan waktu. Kemudahan akses dan kenyamanan yang diberikan pada aplikasi Netflix bisa menjadi racun secara tidak disadari. Individu yang mengakses aplikasi Netflix untuk menghibur mereka larut dalam asyiknya menonton film & acara TV menjadikan mereka tidak mengutamakan hal-hal penting dalam hidup mereka. Dalam mendapatkan hiburan, remaja sering larut dalam kesenangan dan memilih media untuk menyalurkan perasaan mereka. Dalam hal ini, remaja menggunakan Netflix sebagai media hiburan. Sehingga remaja menjadi tidak dapat mengatur waktu didalam hidup mereka.

Remaja juga diharapkan mampu membagi waktu antara mencari hiburan dengan hal-hal penting dalam hidup mereka. Bagi pihak orang terdekat terutama orang tua dapat mengontrol perilaku remaja dalam menggunakan aplikasi Netflix secara berlebihan agar tidak mempengaruhi prestasi mereka disegala bidang. Bila keempat motif tersebut seimbang, maka penggunaan Netflix memiliki makna yang lebih penting bagi anggota Komunitas Samarinda Movie Mania yang masih berusia remaja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, Burhan, Prof., Dr., 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Widodo, Priyono Dwi, 2002. *Kamus Istilah Internet Dan Komputer*, Lintas Media, Jombang
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi, "Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran"*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Nurudin, 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali pers, Jakarta.
- Effendi, Onong Uchyana, 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ali, Mohammad dan Asrori, Mohammad, 2006. *Psikologi remaja*, Bumi Aksara, Jakarta

- Sarwono, 2015. *Psikologi remaja*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Fidler, Roder, 2003. *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*, Bentang Budaya, Yogyakarta
- Abu, *Ahmadi*, 1991. *Psikologi Sosial*, Rineka Cipta, Jakarta
- McQuail, Denis, 1991. *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta
- Afrizal, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Rajawali Pers, Jakarta
- Wibowo, Fred, 2006. *Tenik Program Televisi*, Pinus Book Publisher, Yogyakarta
- Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Kencana, Jakarta
- Moss, Sylvin dan Tubbs, L. Stewart, 2000. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Santrock, 2003. *Adolescence (Perilaku Remaja) Terjemahan oleh Soedjarwo*, Erlangga, Jakarta.
- Miller, Katherine, 2002. *Communication Theories: Perspective, Process, and Context*, McGraw Hill, Boston
- Effendy, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Muhammad, Arni, 2004. *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta
- Baran, S. J., & Davis, D. K, 2009. *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (5th ed.)*, MA: Wadsworth Cengage Learning, Boston
- Daradjat, Zakiyah, 1990. *Kesehatan Mental*, Gunung Agung, Jakarta
- Santrock, J. W, 2003. *Adolescence perkembangan remaja. 6th edition*. Boston. Mc Graw-Hill Steinberg, L, New York.
- Effendi, O.U., 2003. *Ilmu Komunikasi (teori dan praktek)*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Singarimbun, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta
- Sukmadinata, N. S., 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Rosda, Bandung.
- Bajari, Atwar, 2015. *Metode Penelitian Komunikasi (Prosedur, Tren, dan Etika)*. Simbiosis, Bandung.
- Arikunto, S., 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Hartanto, E., 2017. *Metodologi Penelitian : Perbedaan Skala Likert Limaskala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala*, Academia.
- Azwar, Saifuddin, 2012. *Penyusunan Skala Psikologi Ed. 2*, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.

Skripsi :

Anggiani, Purwita, 2012. *Aplikasi Mobile Pemandu Pariwisata Kota Bandung Berbasis J2ME (JAVA 2 MICRO EDITION)*. Universitas Komputer Indonesia, Bandung

Haryanto, Gabriella Chandra, 2019. *Perbedaan Penggunaan Internet, Media Sosial, Dan Persepsi Pada Dunia Kerja Menurut Tahun Kelahiran Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

Jurnal :

Saputro, Khamim Zarkasih. 2017. "Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja". *Aplikasia* Volume 17 (1): 25-32. Yogyakarta

Internet:

Pertiwi, Kusuma Wahyunanda. 2021. Pengguna Internet Indonesia Tembus 200Juta, Hampir Semua "Online" dari Ponsel, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel>. (diakses 06 Agustus 2021)

IndoTelko. 2020. Pertumbuhan pasar aplikasi *mobile* di Indonesia sangat signifikan, <https://www.indotelko.com/read/1608100220/pertumbuhan-pasar-aplikasi-mobile-di-indonesia-sangat-signifikan>. (diakses 07 Agustus 2021)

APJII. 2020. Laporan survey internet APJII 2019-2020 (Q2), <https://apjii.or.id/survei>, (diakses 11 Agustus 2021).

Media Partners Asia. 2021. *MPA Report : Premium Video Captures 10% of total videostreaming minutes in southeast asia; SVOD Platforms add 5 million new subscribers in Q1 2021*. <https://media-partners-asia.com/research/>. (diakses 11 Agustus 2021)

ACH. 2018. Penggunaan *Smartphone* di Genggaman Generasi Milenial, https://kompas.id/baca/adv_post/penggunaan-smartphone-di-genggaman-generasi-milennial/ (diakses 22 maret 2019)

Juniman, Puput Tripeni. 2018. Mitos dan Fakta Seputar Generasi Milenial, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180720094449-282-315612/mitos-dan-fakta-seputar-generasi-milenial> (diakses pada 13 maret 2019).

Widianingtyas, Hesti. 2019. Jangan Salah, Ini Bedanya Milenial dengan Generasi Z, <https://kumparan.com/millennial/jangan-salah-ini-bedanya-milenial-dengan-generasi-z-1qfqa4Ibm7I/1> (diakses pada 10 januari 2022).

Shalihah, Nur Fitriatus. 2021. Paling Top di Netflix, Kenapa Squid Game Bisa Sangat Populer, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/01/145600465/paling-top-di-netflix-kenapa-squid-game-bisa-sangat-populer-?page=all> (diakses pada 10 januari 2022).

Dokumen-Dokumen:

Berita Resmi Statistik Badan Pusat Statistik Kota Samarinda *Sensus Penduduk 2020*

No. 01/01/6472/Th.XXIV, 25 Januari 2021