

MOTIVASI VLOGGER DALAM PRESENTASI DIRI DI YOUTUBE

**(Studi Deskriptif Kualitatif Vlogger Nizar Miftah, Bram Dermawan. dan
Hafied Dharmawan)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Muhammad Guntur Aguend

NIM. 12730013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



TUV Rheinland
CERT
ISO 9001

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Guntur Aguend
NIM : 12730013
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 22 Desember 2017

Yang menyatakan,



Munammad Guntur Aguend
NIM. 12730013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Guntur Aguent
NIM : 12730013
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

MOTIVASI VLOGGER DALAM PRESENTASI DIRI DI YOUTUBE
(Studi Deskriptif Kualitatif Vlogger di Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 Desember 2017

Pembimbing

Diah Ajeng Purwani, M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-20/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2018

Tugas Akhir dengan judul : MOTIVASI VLOGGER DALAM PRESENTASI DIRI DI YOUTUBE (Studi Deskriptif Kualitatif Vlogger Nizar Miftah, Bram Dermawan, dan Hafied Dharmawan)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD GUNTUR AGUEND
Nomor Induk Mahasiswa : 12730013
Telah diujikan pada : Jumat, 29 Desember 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Penguji I

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji II

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Yogyakarta, 29 Desember 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Failure is just another kind of success, the wrong kind.

-Alchemist-

KAU MASIH TERLALU MUDA UNTUK MEMIKIRKAN KEGAGALAN

-SILVER FANG-

Akan banyak pelajaran yang kita peroleh saat kita berani mengambil
resiko

-Levi-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniaNya peneliti diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Motivasi Vlogger dalam Presentasi Diri di Youtube (Studi Deskriptif Kualitatif Vlogger di Yogyakarta)”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umatnya menuju jalan yang terang ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya kerjasama, bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Ibu Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membimbing peneliti dengan segala kesabarannya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;
4. Bapak Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Akademik Ilmu Komunikasi A 2012 yang telah banyak meluangkan waktunya untuk *sharing* dalam hal apapun dan membantu peneliti untuk memulai skripsi;
5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membimbing peneliti;

6. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu dalam hal perizinan;
7. Mas Nizar Miftah, Mas Bram Dermawan, dan Mas Hafied Dharmawan yang telah bersedia berbagi informasi untuk melengkapi data penelitian ini;
8. Orang tua peneliti, Bapak Agus Prasetyo dan Ibu Endang Sugesti Ningsih yang senantiasa selalu memberikan semangat, motivasi, dan juga do'a;
9. Thea Rahmani yang selalu menyemangati dan memberikan *support* agar segera terselesaikannya tugas akhir ini;
10. Teman-teman IKOM A 2012 yang selalu memberikan semangat agar teman-temannya dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu;
11. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi dukungan.

Dengan segala keterbatasan, skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dan kritikan yang membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 30 November 2017
Peneliti

Muhammad Guntur Aguend
12730013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAS ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Landasan Teori.....	10

F. Kerangka Berfikir.....	20
G. Metode Penelitian.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM.....	28
A. Fenomena Video Blog dalam Cyberculture.....	28
B. Sejarah Perkembangan Video Blog.....	29
C. Perkembangan Vlog di Indonesia.....	32
D. Profil Informan.....	35
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Motivasi Vlogger menjadi Youtuber.....	45
B. Motivasi Vlogger dalam Mempresentasikan Diri di Youtube.....	73
C. Hasil Triangulasi Sumber.....	90
BAB IV PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir.....	20
Gambar 2. Data Perkembangan Unggah Video Youtube.....	33
Gambar 3. Profil Bram Dermawan.....	35
Gambar 4. Video Unggahan Bram Dermawan.....	36
Gambar 5. Profil Nizar Miftah.....	37
Gambar 6. Video Unggahan Nizar Karamel Production.....	39
Gambar 7. Profil Hafied Dharmawan.....	40
Gambar 8. Video Unggahan HDZ Channel.....	41
Gambar 9. Profil Yohannes Widodo.....	42
Gambar 10. Jumlah Subscriber Bram dan Hafied.....	47
Gambar 11. Iklan di Channel Youtube Bram Dermawan.....	48
Gambar 12. Iklan di Channel Youtube HDZ Channel.....	49
Gambar 13. Video Unggahan Bram Dermawan.....	52
Gambar 14. Beberapa Video Unggahan Nizar Karamel Production.....	55
Gambar 15. Video Unggahan Bram Dermawan	57
Gambar 16. Beberapa Video Unggahan Bram Dermawan.....	58
Gambar 17. Video Unggahan HDZ Channel.....	60
Gambar 18. Beberapa Video Unggahan HDZ Channel.....	61
Gambar 19. Video Unggahan Nizar Karamel Production.....	64
Gambar 20. Video Unggahan Bram Dermawan.....	65
Gambar 21. Video Unggahan HDZ Channel.....	67

Gambar 22. Video Unggahan Nizar Karamel Production.....	69
Gambar 23. Video Unggahan Bram Dermawan.....	70
Gambar 24. Video Unggahan HDZ Channel.....	76
Gambar 25. Video Unggahan Nizar Karamel Production.....	81
Gambar 26. Video Unggahan HDZ Channel.....	83
Gambar 27. Video Unggahan HDZ Channel.....	85
Gambar 28. Video Unggahan Bram Dermawan.....	86
Gambar 29. Video Unggahan Bram Dermawan.....	86
Gambar 30. Video Unggahan HDZ Channel.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Unggahan Video HDZ Channel selama 6 bulan.....	68
Tabel 2. <i>Data Unggahan Video Karamel Production selama 6 bulan.....</i>	69
Tabel 3. <i>Data Unggahan Video Bram Dermawan selama 6 bulan.....</i>	71



ABSTRACT

Video blog, are also called “vlog” has become a trend among society, especially for young people. Youtube is one of the sharing video website which is widely used by the vlogger (term for vlog maker) to express their hobbies in making videos. Google Indonesia recorded history since 2014 when vlogs started booming, there was an increase of up to 600 percent of videos uploaded to youtube. Based on this research, researchers observed the motivation of vloggers in self-presentation on youtube. This research uses descriptive qualitative research method with three data collection methods such as interview, documentation and observation. Next, using the source triangulation method to see the validity of the research.

The results of this study shows that there are different motivations of each vlogger in presenting himself on youtube. In this study, researchers used three basic human motives in interacting with others, such as need for achievement, need for affiliation and need for power in researching the motivation of vlogger. Next, using six self-presentation strategies such as ingratiation, intimidation, self promotion, exemplification, supplication and self handicapping. Different trends are shown by the three main sources in this study, but from the results of research indicates that the three sources have a strong need for achievement motive compared with other motives.

Keywords: Motivation of Vlogger, Self Presentation, Youtube

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi berdampak besar terhadap kehidupan manusia. Kehadiran teknologi khususnya di bidang media dan komunikasi telah banyak menawarkan kemudahan bagi masyarakat dalam berinteraksi. Seperti media baru yang terdapat pada komunikasi termediasi komputer (*Computer Mediated Communication / CMC*). Pada media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu jaringan (*network*), interaksi (*interactivity*), dan perangkat (*interface*).

Menurut Nasrullah (2014:25), terdapat 11 jenis media baru yang dapat digunakan sebagai media komunikasi diantaranya adalah situs, *blog*, *wiki*, forum internet, *e-mail*, aplikasi pesan, internet “broadcasting”, *peer to peer*, *The RSS*, *MUDs*, dan media sosial. Situs merupakan satu alamat domain yang berisi tentang informasi dan data. Blog dan *wiki* merupakan situs yang berisi informasi yang dapat diperbarui penggunaannya. Forum internet merupakan tempat diskusi berbasis web. *E-mail* merupakan surat elektronik yang paling populer dalam berkirim pesan. Aplikasi pesan adalah aplikasi berkirim pesan yang terdapat dalam telepon genggam atau biasa disebut *handphone* seperti *BBM*, *WhatsApp*, *Line* dll. *Internet broadcasting* merupakan media siar yang menyiarkan langsung siaran TV maupun radio berbasis *streaming*. *Peer to peer* merupakan sejenis *SMS*, untuk berkomunikasi maupun berbagi antar pengguna internet. *The RSS* merupakan mesin pencarian dalam sebuah situs di internet. *MUDs (Multi-User Dungeons)*

diartikan sebagai suatu program komputer yang diatur sedemikian rupa, sehingga dapat diakses oleh beragam user dalam waktu bersamaan. Terakhir salah satu jenis dari media baru yang sedang sangat diminati saat ini adalah media sosial.

“Orang Indonesia yang pengguna internet secara aktif, rata-rata menghabiskan waktu di internet lebih dari lima jam per hari, melebihi Australia dan China. Hampir setengah dari waktu mereka digunakan untuk mengakses media sosial dan aplikasi ponsel.”

http://fortunepr.com/team-content/dibe-unit/penggunaan-internet-di-indonesia.html?upm_export=print - di akses Hari Rabu, 14 September 2016 pukul 16.41 WIB.

Fakta diatas menunjukkan bahwa sebagian besar orang Indonesia menghabiskan rata-rata lima jam dalam sehari untuk membuka media sosial melalui ponsel atau *gadget* yang dimilikinya. Berbicara tentang media sosial, sekarang ini fenomena media sosial semakin banyak, masyarakat sendiri lebih banyak menggunakan media sosial dari pada media lainnya. Akses terhadap media merupakan kebutuhan primer karena untuk mendapatkan sebuah informasi, pendidikan, di media khususnya media sosial akan mendapatkan hiburan tersendiri dari masyarakat yang mengaksesnya. Lilis Rucirisyanti (2017) Hampir setiap orang khususnya kaum muda saat ini memanfaatkan media sosial sebagai ajang presentasi diri kepada dunia luar. Kehadiran media sosial memberikan banyak ruang bagi penggunaanya untuk berkreasi, terutama dalam menampilkan diri masing – masing.

Dalam penggunaan media sosial, tentunya tiap orang mempunyai berbagai macam motivasi, yakni untuk mencari tahu sesuatu, untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, atau salah satu yang menjadi *trend* saat ini adalah penggunaan

media sosial sebagai bentuk dari eksistensi diri, seperti pada media sosial Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan Youtube.

Media sosial tersebut bersifat terbuka dalam berinteraksi, berbagi, maupun mencari sebuah informasi. Dengan beragamnya fitur yang terdapat dalam media sosial tersebut, penggunaannya seakan *membranding* diri, menunjukkan kepada dunia luar dengan kombinasi foto maupun video yang terdapat dalam media sosial pengguna. Salah satu media sosial yang berdampak besar terhadap perkembangan teknologi adalah Youtube.

Youtube merupakan salah satu situs web *video sharing* yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan, karena fitur videonya yang lengkap dan mudah disebarkan secara cepat. Melalui media sosial tersebut penggunaannya dapat berbagi media baik audio maupun visual, sehingga penyampaian informasi melalui Youtube dapat lebih menarik. Fakta bahwa Youtube merupakan *media sharing* video paling diminati di dunia, yaitu Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. (<https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 Pukul 17.06 WIB)

Beberapa fitur yang terdapat pada Youtube mempermudah penggunaannya untuk dapat berbagi video dan juga dapat membuat video sendiri yang nantinya dapat diunggah dan dinikmati oleh banyak orang. Youtube juga banyak digunakan untuk menyalurkan hobi bagi mereka yang suka membuat video, baik

itu video musik, film, tutorial, ataupun saat ini yang sedang naik daun, yakni video blog, atau biasa disebut *vlog*.

“Vlog adalah sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini dan ketertarikan.”

<http://www.loop.co.id/articles/apa-sih-vlog-itu-kok-ngetren-banget-ya> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 pukul 18.00 WIB

Saat ini *vlog* telah menjadi *trend* di kalangan masyarakat khususnya kaum muda. Fenomena *vlog* telah mengubah peran dan sikap khalayak terhadap media, dari yang semula pasif menjadi aktif karena dorongan atau hasrat akan eksistensi diri. Mengutip dari CNN Indonesia, yang menyatakan bahwa Google Indonesia mencatat sejak tahun 2014 saat *vlog* mulai booming, ada peningkatan hingga 600 persen video yang diunggah ke Youtube.

(<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160427183834-185-127059/dahulu-ada-blog-kini-mulai-nge-vlog> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 Pukul 18.36 WIB)

Awal mula video blog sebenarnya berasal dari seseorang yang bernama Adam Kontras yang memunggah sebuah video yang sengaja ia rekam saat keluarganya sedang pindah rumah. Tanpa disadari hal yang dilakukan Adam Kontras tersebut menjadi viral hingga saat ini. Di Indonesia sendiri, aktivitas video blogging tanpa disadari dimulai ketika dua orang gadis muda yang bernama Sinta dan Jojo merekam diri mereka sendiri yang sedang menari dan menyanyikan lagu “keong racun” secara *lipsync*. Dari video unggahan tersebut, popularitas mereka berdua pun mendadak meroket. Dikutip dari (<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/167823-wow-berita-keong-racun-mendunia> - diakses pada Hari Selasa, 28 februari 2017 pukul 10.00 WIB.) *The*

Independent memberitakan, fenomena keong racun menjadi *trending topic* nomor satu sejangat disitus media sosial Twitter.

Berdasarkan fenomena diatas, *vlog* tentunya dapat meningkatkan eksistensi seseorang, menghibur penonton atau khalayak dengan konten – konten *video* yang dibuat, banyaknya *viewer* dan *subscriber* dapat mempengaruhi tingkat pendapatan *vlogger*. Beberapa tahun belakangan ini *vlogger* – *vlogger* Indonesia mulai bermunculan, diantaranya ChandraLiow, Raditya Dika, Bayu Skak, AA Utap, Agung Hapsah, dan masih banyak lagi. Salah satu akun youtube yang bernama Tim 2 One yang dimiliki oleh ChandraLiow, Awalnya akun tersebut hanya berisi tentang *vlog* yang biasa saja, setelah ia belajar *editing* video di Univ Multimedia Nusantara, konten *vlog* yang dihasilkan dibuat jadi lebih menarik. Dari konten *vlog* yang menarik tersebut berbanding lurus dengan jumlah pengikut yang semakin banyak hingga saat ini berjumlah 850 ribu pengikut. Usaha yang dilakukan dan juga hasil yang di dapat oleh Chandra Liow tersebut sejalan dengan apa yang tercantum dalam Alqur'an surat Ar-Ra'du ayat 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

11) Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. Dari ayat diatas kita mengetahui bahwasannya keadaan suatu kaum tidak akan berubah kecuali mereka merubah keadaan diri mereka sendiri.

Dari pemaparan singkat diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai apa motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube, karena peneliti ingin mengetahui motif atau tujuan dari *vlogger* dalam membuat video blog.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan peran penting dalam pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi. Selain itu, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube dan agar dapat menjadi penambah wawasan bagi *vlogger*, yang nantinya *vlog* yang diunggah sesuai dengan motivasi dan tujuan awal *vlogger* dalam pembuatan channel Youtube tersebut.

D. Telaah Pustaka

Tinjauan pustaka diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat mengetahui persamaan dan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian tersebut. Disini peneliti menggunakan 3 (tiga) referensi yang digunakan sebagai telaah pustaka, yaitu :

Pertama peneliti mengambil referensi penelitian sebelumnya dengan judul *“Motivasi Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Menggunakan Blog (Studi Deskriptif Kuantitatif Terhadap Motivasi Mahasiswa UAJY Dalam Menggunakan Blog)”*, yang diteliti oleh Anggia Dewi Fransiska Manurung Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2010. Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan dan analisis data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa motivasi dari mahasiswa komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam menggunakan blog. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Persamaan penelitian Anggia dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama ingin mengetahui motivasi pada masing-masing subjek yang diteliti. Adapaun teori utama yang digunakan yakni teori motivasi. Perbedaannya terletak pada metode penelitian, dalam penelitian Anggia menggunakan metode penelitian kuantitatif, sementara peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, perbedaan selanjutnya

terletak pada subjek penelitian, subjek penelitian diatas adalah mahasiswa komunikasi UAJY sedangkan subjek penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah *vlogger-vlogger* lokal Yogyakarta.

Kedua, skripsi yang berjudul “*Motivasi dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook (Studi Korelasi antara Motivasi, Penggunaan dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook dalam Menjalinkan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Swadana Tranfer Angkatan 2008 FISIP UNS)*”, yang diteliti oleh Asri Hidayat Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara motivasi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer angkatan 2008 dengan intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook dalam menjalin komunikasi interpersonal.

Persamaannya penelitian diatas dengan penelitian peneliti terletak pada ranah kajian penelitiannya, yaitu sama-sama di ranah new media (Facebook dan Youtube). Persamaan selanjutnya yaitu motivasi sebagai salah satu variable penelitian. Perbedaannya terletak pada banyaknya variable penelitian, Penelitian Asri Hidayat menggunakan tiga variable yakni motivasi, intensitas penggunaan, dan kepuasan, sementara peneliti hanya menggunakan dua variable, motivasi dan presentasi diri. Perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian, Peneliti mengambil subjek *vlogger* lokal Yogyakarta sementara Asri Hidayat mengambil Mahasiswa Ilmu Komunikasi

swadana transfer FISIP UNS yang menggunakan Facebook dengan jumlah 115 orang sebagai subjek penelitian.

Ketiga, peneliti menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Syawal Faudzan, Mahasiswa Program studi *visual and art communication* Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta 2015 dengan judul “*Motivasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial Path*”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi dalam penggunaan media sosial Path.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, dimana dalam penelitian diatas Teori Uses and Gratification menjadi teori utama yang digunakan, sementara peneliti menggunakan teori Motif Dasar perilaku manusia. Perbedaan juga terletak pada subjek penelitian, Syawal Faudzan mengambil subjek penelitian Mahasiswa angkatan 2011 Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana, sementara peneliti mengambil subjek *vlogger-vlogger* lokal Yogyakarta.

E. Landasan Teori

1. Motivasi

Motivasi didefinisikan sebagai kesiapan khusus dari individu untuk melakukan serangkaian perilaku yang ditujukan untuk mencapai beberapa sasaran (Riswandi, 2013:97). McClelland dalam Riswandi (2013:98) mengidentifikasi tiga motif dasar yang berhubungan dengan perilaku manusia adalah sebagai berikut.

a. N-Ach (*Need For Achievement*)

Ini adalah sebuah kebutuhan untuk dinilai berhasil pada beberapa pengukuran unggulan internal. Orang yang memiliki n-Ach tinggi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) lebih suka mencari tugas dimana dapat mempunyai tingkat tanggung jawab pribadi yang besar untuk hasilnya;
- 2) Mengatur tujuan-tujuan yang realistis untuknya sendiri dan memperkirakan resikonya;
- 3) Menyusun perencanaan dengan hati-hati untuk membantunya dalam mencapai tujuan-tujuannya;
- 4) Menginginkan *feedback* yang tepat mengenai keberhasilan dan kegagalan

b. N-Aff (*Need for Affiliation*)

Berhubungan dengan kebutuhan akan hubungan antar pribadi yang dekat. Orang dengan n-Aff tinggi ingin memperjuangkan hubungan yang menyenangkan dengan orang lain dan sangat menilai tinggi persahabatan. Lebih suka melibatkan pekerjaan dengan banyak interaksi dengan orang lain.

c. N-Pow (*Need for Power*)

Merupakan kebutuhan untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Orang yang memiliki n-Pow tinggi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Lebih tertarik pada keunggulan dari pada imbalan prestise, uang, lingkungan;
- 2) Tidak membiarkan kesukaan atau ketidaksukaan pribadi mengganggu pencapaian suatu sasaran;
- 3) Lebih suka bekerja dengan para ahli dari pada dengan teman-teman sendiri;
- 4) Cenderung bekerja lebih keras karena menghargai efisiensi.

2. Presentasi diri

Presentasi diri atau pengelolaan kesan dibatasi dalam pengertian menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain (Dayaksini & Hudaniah, 2012: 65).

Goffman dalam Mulyana (2004:112) mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan-kesan” (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor dalam mempupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

a. Strategi Presentasi Diri

Dayaksini dan Hudaniah dalam bukunya Psikologi Sosial (2012: 67-70) menyebutkan ada beberapa tujuan presentasi diri. Masing-masing tujuan melibatkan strategi presentasi yang bervariasi, yaitu:

1) Mengambil Muka atau Menjilat (*Ingratiation*)

Tujuan dari strategi ini adalah supaya dipersepsi sebagai orang yang menyenangkan atau menarik. Taktik yang umum meliputi memuji orang lain, menjadi pendengar yang baik, ramah, melakukan hal-hal yang memberi keuntungan pada orang lain dan menyesuaikan diri atau konform dalam sikap dan perilakunya. Jones dan Wortman memberi nama sebagai taktik *illicit*

(gelap/tersembunyi) karena motivasi pelaku yang sebenarnya tersembunyi. Sebab yang ditekankan adalah membangun penampilan sebagai orang yang benar-benar tulus hatinya dan perilakunya itu asli (otentik).

2) Mengancam atau Menakut-nakuti (*Intimidation*)

Strategi ini digunakan untuk menimbulkan rasa takut dan cara memperoleh kekuasaan dengan meyakinkan pada seseorang bahwa ia adalah orang yang berbahaya. Jadi berbeda dengan penjilat (*ingratiatory*) yang ingin disukai, maka mereka justru ingin ditakuti. Strategi intimidasi kemungkinan lebih sering digunakan dalam situasi dimana meloloskan diri adalah tidak mudah.

3) Promosi Diri (*Self-Promotion*)

Tujuan seseorang menggunakan strategi ini adalah agar terlihat nampak kompeten atau ahli pada tugas tertentu. Orang yang menggunakan strategi ini akan menggambarkan kekuatan-kekuatan dan berusaha untuk memberi kesan dengan prestasi mereka.

4) Pemberian Contoh atau Teladan (*Exemplification*)

Orang yang menggunakan strategi ini berusaha memproyeksikan penghargaannya pada kejujuran dan moralitas. Biasanya mereka mempresentasikan dirinya sebagai orang yang jujur, disiplin, dan baik hati atau dermawan.

5) Permohonan (*Supplication*)

Orang yang menggunakan strategi ini dengan cara memperlihatkan kelemahan atau ketergantungan untuk mendapatkan pertolongan atau simpati. Ini merupakan alternatif strategi yang terakhir, jika orang tidak memiliki sumber-sumber yang dapat digunakan untuk melakukan strategi-strategi yang tersebut diatas.

6) Hambatan Diri (*Self-Handicapping*)

Strategi ini digunakan ketika individu merasa egonya terancam karena terlihat tidak mampu. Ketika orang merasa kuatir bahwa kesuksesannya sebelumnya karena nasib baik, mereka takut gagal dalam melaksanakan tugas. Sehingga mereka berpura-pura mendapatkan suatu hambatan (rintangan) sebelum atau selama kejadian-kejadian yang mengancam egonya. Ini dilakukan dalam rangka melindungi agar egonya tidak hancur sehingga harga dirinya menurun.

3. *Computer Mediated Communication (CMC)*

Komunikasi termediasi komputer atau *Computer Mediated Communication (CMC)* memudahkan setiap individu atau kelompok untuk berinteraksi atau berkomunikasi secara virtual.

Menurut December dalam Nasrullah (2014:79), *CMC* merupakan proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu. Menurut Thurlow dalam Nasrullah (2014:79), dalam *CMC* teknologi lebih spesifik dan secara teknis, teknologi itu didesain, dibuat, digunakan agar memungkinkan terjadinya data dan informasi. Menurut Cantoni dan Tardini dalam Nasrullah (2014:79), *CMC* merupakan sebagai interaksi antar-individu yang terjadi melalui komputer. Marc Smith dalam Nasrullah (2014:80) menguraikan ada empat aspek komunikasi dalam dunia siber, diantaranya :

- a. Komunikasi yang terjadi diantara komunikator dengan komunikan dalam dunia siber tidak harus berada dalam lokasi dan waktu yang sama.
- b. Komunikasi yang terjadi dalam dunia siber bisa dikondisikan sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pengguna (*user*).
- c. Komunikasi yang terjadi dalam dunia siber lebih cenderung kepada medium teks dengan melibatkan simbol-simbol yang ada di dalamnya.

d. Komunikasi yang terjadi dalam dunia siber tidak mensyaratkan adanya kesamaan status atau tingkat pengetahuan.

a. Media Sosial

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015:11) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi dan bermain. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015:11) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Beberapa karakteristik media sosial (Nasrullah, 2015:16), diantaranya :

1) Jaringan

Jaringan merupakan infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Sebagaimana ditekankan oleh Castels dalam Nasrullah (2015:16) struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya

beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya.

2) Informasi

Informasi merupakan salah satu hal yang penting dalam media sosial. Sebab tak seperti media-media lain yang terdapat di internet. Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai.

3) Arsip

Bagi pengguna medsos, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya dapat diakses. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi.

4) Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksiantar pengguna tersebut. Mengutip pernyataan Steven Graham dalam Nasrullah (2015:27) Gane dan Beer menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi.

5) Simulasi sosial

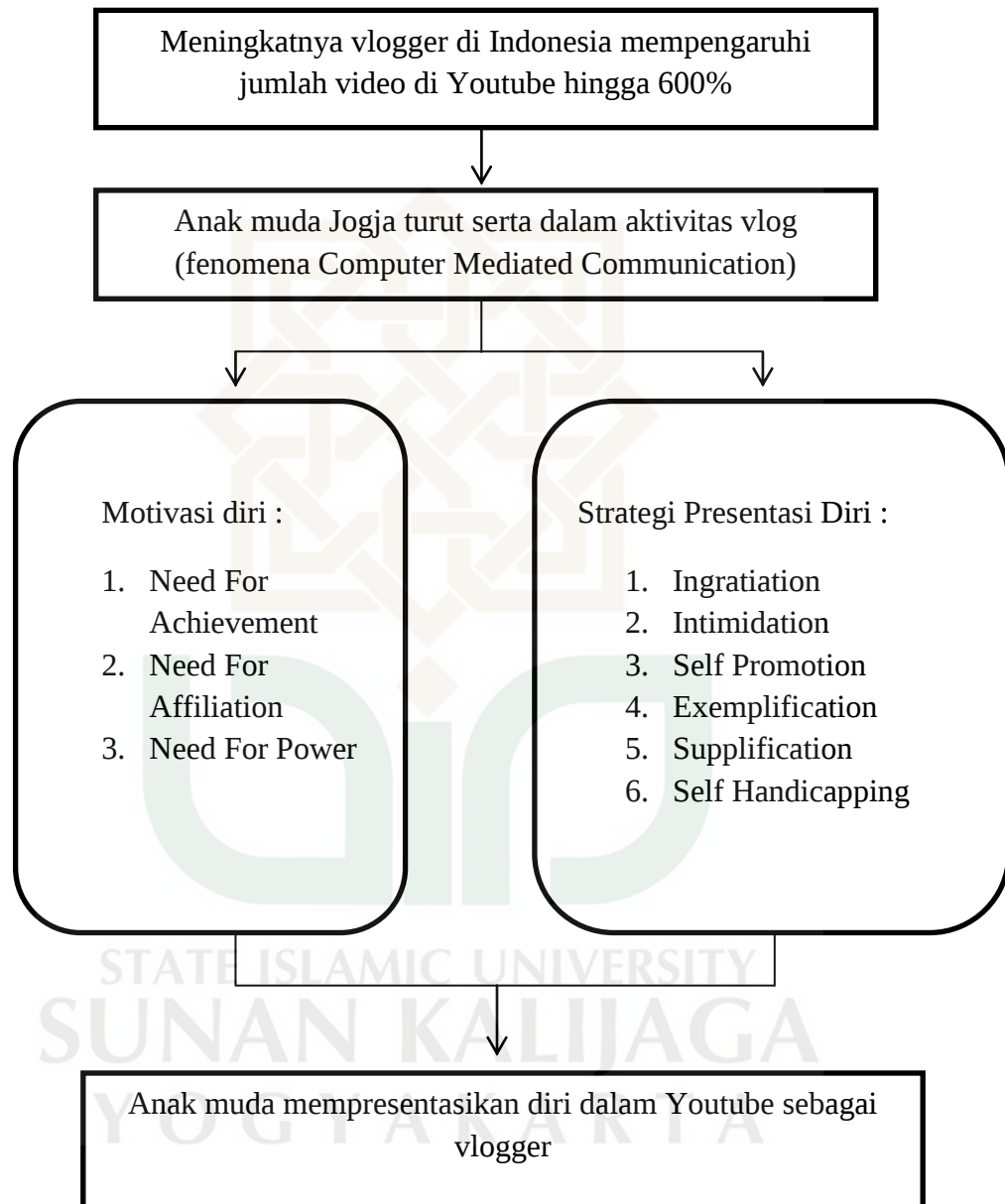
Jean Baudrillard dalam Nasrullah (2015:28) mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan oleh realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dengan yang ada di layar. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang direpresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang.

6) Konten oleh pengguna

Konten oleh pengguna atau biasa disebut dengan *User Generated Content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

F. Kerangka Berfikir

Gambar 1: Kerangka Berpikir



(Sumber: Olahan Peneliti)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006: 56-57). Selanjutnya hasil penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan tujuan dapat membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2006:69).

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini selanjutnya akan diteliti secara mendalam dan semua yang telah diteliti akan dibahas dengan mendeskripsikan secara sistematis. Sehingga dalam penelitian ini nantinya akan dideskripsikan secara mendalam mengenai bagaimana Motivasi *vlogger* Yogyakarta dalam presentasi diri di Youtube.

2. Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah yang akan diteliti. Memilih objek penelitian penting untuk dilakukan, agar dapat memberikan arahan dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk diteliti. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan suatu yang penting kedudukannya di dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal, atau orang. Tetapi subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia. (Arikunto, 2007:152) Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive. Penentuan subjek melalui teknik tersebut bertujuan untuk menyeleksi orang (informasi/narasumber) atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006: 156).

Kriteria dalam pemilihan subjek penelitian ini adalah subjek merupakan *vlogger* (youtuber) aktif mengunggah video dalam satu tahun terakhir, tinggal atau berdomisili di Yogyakarta, berusia minimal 20 hingga 30 tahun, memiliki jumlah *subscriber* minimal 500 pengikut, Minimal mengunggah video satu kali dalam satu bulan. Alasan peneliti menentukan kriteria diatas adalah untuk memenuhi kebutuhan data atau informasi yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini.

Subjek utama dari penelitian ini adalah Pemilik akun Youtube Karamel Production yaitu Nizar Miftah, pemilik akun Youtube Bram Dermawan yaitu Bram Dermawan, dan yang terakhir pemilik akun Youtube HDZ channel yaitu Hafied Dharmawan.

3. Unit Analisis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan motivasi dan presentasi diri sebagai unit analisis. Motivasi menjadi *vlogger* (Youtuber) dapat dilihat melalui kebutuhan pencapaian (Need For Achievement), kebutuhan kekuasaan (Need For Power), dan kebutuhan hubungan (Need For Affiliation). Selanjutnya teori presentasi diri digunakan untuk mendukung teori motivasi.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Menurut Berger dalam Kriyantono (2006:100), wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapat informasi) dengan informan (memiliki informasi penting tentang suatu objek).

Dalam penelitian kualitatif, yang umumnya dilakukan adalah wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara secara intensif (*intensif-interview*) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data kualitatif yang lebih mendalam.

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif (Kriyantono, 2006:102).

b. Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dari penelitian kualitatif. Dalam metode penelitian ini peneliti mengamati interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset. dalam metode observasi, terdapat dua jenis yang dikenal, yaitu observasi partisipan dan observasi non-partisipan (Kriyantono, 2006:111).

Observasi partisipan adalah metode observasi yang memungkinkan peneliti mengamati kehidupan individu ataupun kelompok secara nyata. Sedangkan observasi non-partisipan merupakan metode observasi yang dilakukan oleh peneliti yang bertindak sebagai pengamat dan tidak terlibat langsung dengan apa yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan observasi non-partisipan.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi biasanya dipakai untuk melengkapi metode penelitian observasi dan wawancara. Dalam metode dokumentasi ini bertujuan untuk melengkapi informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006:120).

Metode dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang mendukung kebutuhan data dalam penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan setelah melakukan teknik pengumpulan data. Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat ditemukan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Maleong, 2000:103).

Ketepatan dalam memilih metode analisis data akan menentukan hasil dari penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif ini akan lebih banyak menguraikan hasil dari wawancara dan dokumentasi yang dianalisis secara kualitatif dan diuraikan secara deskriptif. Adapun metode analisis data yang peneliti gunakan melalui empat tahap seperti yang dikemukakan oleh Burhan Bungin (2003:70), yaitu :

a. Pengumpulan Data

Seperti yang peneliti jelaskan dalam metode pengumpulan data, dalam memperoleh data peneliti menggabungkan dua metode pengumpulan data yaitu metode wawancara mendalam dan metode dokumentasi.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih, memusatkan, dan transformasi data kasar yang telah didapat dari hasil pengumpulan data. Tahap ini dilakukan sejak pengumpulan data, dilakukan dengan seleksi data yang dibutuhkan dan menyisihkan data yang tidak relevan.

c. Penyajian Data

Tahap ini dilakukan dengan mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan secara sistematis sehingga memberikan kemungkinan untuk dapat ditarik kesimpulannya dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif data disajikan dalam bentuk narasi.

d. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan

Dalam tahap akhir metode analisis data yaitu penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan menemukan makna inti dari data yang telah dikaji. Setelah melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data akan didapat keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian penelitian yang terkait.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data atau sering disebut sebagai validitas (*validity*) data dalam penelitian kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2007:97). Dalam menentukan data yang diperoleh sudah cukup ilmiah diperlukan pemeriksaan ulang dengan menggunakan teknik pemeriksaan yang berdasar beberapa kriteria. Diantaranya derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*), (Moleong, 1993:173)

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan triangulasi sebagai metode keabsahan data penelitian. Teknik triangulasi terbagi kedalam empat jenis, diantaranya triangulasi sumber, triangulasi metode,

triangulasi penyidik, dan triangulasi teori. Adapun teknik triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi sumber.

Patton dalam Moleong (1993:178). Dalam melakukan teknik triangulasi ini peneliti perlu membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Teknik triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Moleong, 1993:178):

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penelitian mengenai motivasi *vlogger* dalam presentasi diri di Youtube, studi terhadap *vlogger* di Yogyakarta, peneliti mengambil kesimpulan bahwa motivasi para *vlogger* dalam menjadi Youtuber dibagi ke dalam dua kelompok, pertama adalah yang mengelola secara berkelompok yaitu Nizar dan teman-temannya yang tergabung ke dalam akun Youtube Karamel production dengan motivasi lebih cenderung kearah pertemanan dan penyaluran hobi semata (*Need For Affiliation*). Kedua yang mengelola akun Youtube secara personal yaitu Bram Dermawan dan juga Hafied Dharmawan, motivasinya cenderung kearah Ekonomi (pemasukan) bagi diri mereka masing – masing (*Need For Power*).

Narasumber pertama yaitu Nizar Miftah bersama dengan teman-temannya yang tergabung dalam Karamel Production memiliki motivasi agar karya - karya yang ia hasilkan dapat dikenal dan disukai oleh khalayak atau penonton Youtube. Dalam kaitannya dengan presentasi diri, ia juga menggunakan beberapa strategi tersebut dalam mempresentasikan diri mereka di Youtube, diantaranya strategi *Ingratiation*, dan *Exemplification*.

Lain halnya dengan Bram Dermawan, yang memiliki tujuan agar dapat membuat karya yang dapat disimpan, didokumentasikan sebagai kenangan, dan terlebih dapat menghasilkan pemasukan tambahan dari Youtube. Bram juga menggunakan beberapa strategi presentasi diri dalam membuat *vlog* yang ia

unggah di *channel* Youtubenya. diantaranya seperti *Ingratiation*, *Self Promotion*, dan *Supplification*.

Begitu juga dengan Hafied Dharmawan yang memiliki motivasi agar dapat mencari uang untuk menambah pemasukannya dari Youtube, karena melihat Youtuber – Youtuber lain yang kehidupannya enak setelah berkecimpung di dalam dunia Youtube. Hafied juga menggunakan beberapa strategi presentasi diri dalam membuat vlognya, seperti *Ingratiation*, *Exemplification*, *Supplification*, dan *Self Handicaping*.



B. Saran

1. Bagi pengguna Youtube, baik sebagai konten kreator maupun *viewers* sebaiknya dapat menggunakan media sosial ini secara bijak, dengan membuat konten-konten yang tidak melanggar norma dan etika yang berlaku. Tetap menggunakan etika yang baik dalam berkomentar menyampaikan pesan, kesan, maupun kritik terhadap sebuah karya video yang diunggah ke Youtube, sehingga hal tersebut dapat membangun untuk dapat membuat karya lebih baik lagi.
2. Bagi penelitian selanjutnya, apa yang peneliti kemukakan dalam penelitian ini diharapkan menjadi koreksi atau bahan acuan dalam penelitian selanjutnya yang mengangkat tema sama yaitu penelitian kualitatif yang menggunakan tema motivasi dalam presentasi diri.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Al-qur'an dan Terjemahannya. 2002. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an Disempurnakan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an. Jakarta : CV Darus Sunnah

Buku

Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis kearah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Dayaksini, Tri., dan Hudaniyah. 2012. *Psikologi Sosial*. Malang : UMM Press

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Moleong, Lexy.J. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Nurhuda, Eko. 2012. *YouTube (Cara Mudah Menjadi Populer dengan Internet)* Yogyakarta : C.V Andi Offset

Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LIKS

Riswandi, 2013. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Skripsi

Manurung, Anggia Dewi Fransiska. 2010. *Motivasi Mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam menggunakan Blog (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Motivasi Mahasiswa Komunikasi UAJY dalam Menggunakan Blog)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Hidayat, Asri. 2010. *Motivasi dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook (Studi Korelasi antara Motivasi, Penggunaan dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook dalam Menjalin Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Swadana Tranfer Angkatan 2008 FISIP UNS)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Faudzan, Syawal. 2015. *Motivasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial Path*. Universitas Mercu Buana Jakarta, Program studi visual and art communication.

Jurnal

Lilis Rucirisyanti, Redi Panuju, Daniel Susilo 2017. "Representasi Homoseksual di Youtube: (Studi Semiotika pada Video Pernikahan Sam Tsui)". *Jurnal Komunikasi Profetik*, Volume 10 (Nomor 02), 13-21.

Internet

<https://www.youtube.com/channel/UCOkWkyJao1enAIzpTO-Gnwg> - diakses pada Hari Sabtu, 01 November 2017 pukul 19.20

<https://www.youtube.com/channel/UCAEwdqeZfpgsmfP0qnJLrJg> - diakses pada Hari Sabtu, 01 November 2017 pukul 19.30

https://www.youtube.com/results?search_query=karamel+production - diakses pada Hari Sabtu, 01 November 2017 pukul 19.40

<https://kumparan.com/@kumparantech/google-durasi-tonton-dan-jumlah-konten-youtube-indonesia-tumbuh-pesat> - diakses pada Hari Minggu, 03 September 2017 pukul 20.00

<https://tekinfo.com/apa-itu-vlog-perkembangan-dari-blog-kah/> - diakses pada Hari Minggu, 09 April 2017 pukul 10.50 WIB.

http://fortunepr.com/team-content/dibe-unit/penggunaan-internet-di-indonesia.html?upm_export=print - di akses Hari Rabu, 14 September 2016 pukul 16.41 WIB.

<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/167823-wow-berita-keong-racun-mendunia> - diakses pada Hari Selasa, 28 februari 2017 pukul 10.00 WIB.

<https://www.youtube.com/yt/press/id/statistics.html> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 Pukul 17.06 WIB

<http://www.loop.co.id/articles/apa-sih-vlog-itu-kok-ngetren-banget-ya> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 pukul 18.00 WIB

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160427183834-185-127059/dahulu-ada-blog-kini-mulai-nge-vlog> - diakses pada Hari Rabu, 14 September 2016 Pukul 18.36 WIB)

LAMPIRAN

Interview Guide Informan Utama

Nama :

Channel Youtube :

Motivasi McClelland

A. Need For Achievement

1. Apa tujuan anda dalam membuat video blog tersebut?
2. Konten seperti apa yang paling dominan atau paling sering dibuat dalam vlog anda?
3. Sebelum membuat vlog apakah anda menggunakan perencanaan atau tidak? seperti konsep atau skenario, alasannya apa?
4. Apakah ketika anda membuat vlog feedback yang diharapkan dari penonton sudah sesuai dengan tema vlog yang anda buat? Contoh komentarnya seperti apa?

B. Need For Affiliation

1. Apakah anda dalam membuat vlog anda sering memperlihatkan adanya interaksi dengan orang lain? Tujuannya apa?
2. Bagaimana anda membangun interaksi dengan orang lain dalam membuat vlog?
3. Apakah anda lebih suka ngevlog sendirian atau bersama dengan orang lain? Mengapa?

4. Seberapa sering dan pentingkah anda melakukan kolaborasi (dengan orang lain) dalam pembuatan vlog anda?

C. Need For Power

1. Bagaimana cara anda membuat vlog yang menarik untuk penonton Youtube? mengutamakan kualitas atau kuantitas?
2. Pernahkah anda membuat vlog dengan konsep yang anda sukai atau anda tidak sukai? Mengapa?
3. Apakah anda pernah menghadirkan seorang ahli dalam bidang tertentu kedalam vlog anda? Alasannya apa?
4. Apakah anda memiliki target dalam membuat vlog? Misal dalam 1 bulan harus mengupload 2/3 kali. Mengapa? Berapa lama pengerjaan waktu anda dalam membuat 1 video?

Presentasi Diri

A. Mengambil Muka (*Inggratiation*)

1. Bagaimana cara anda membuat penonton merasa bahwa anda adalah orang yang memiliki kepribadian baik, menyenangkan, menarik melalui vlog?

B. Mengancam / Menakut-nakuti (*Intimidation*)

1. Pernahkah anda menyindir, mengancam oranglain melalui vlog anda? Sengaja / tidak? Mengapa?

C. Promosi Diri (*Self Promotion*)

1. Pernahkah anda membuat vlog yang berisi tentang keahlian anda?
Kapan dan tujuannya apa?

D. Pemberian Contoh / Teladan (*Exemplification*)

1. Apakah anda pernah membuat vlog yang konten atau isinya dapat diteladani atau dijadikan contoh oleh orang lain? Apa alasannya?

E. Permohonan (*Supplication*)

1. Pernahkah anda memperlihatkan kelemahan anda melalui vlog anda secara sengaja ataupun tidak untuk menarik perhatian atau simpati dari penonton? Mengapa?

F. Hambatan Diri (*Self Handicaping*)

1. Pernahkah anda membuat vlog yang berada dalam situasi seperti disudutkan (berpura-pura mendapatkan sebuah masalah)? Seperti apa? Tujuannya apa?
- Pertanyaan sewaktu-waktu dapat berubah, sesuai dengan keadaan yang peneliti temui ketika melakukan observasi lapangan.

Interview Guide Informan Pendukung

1. Menurut bapak sendiri, pengertian video blog itu apasih sebagai pengamat di bidang new media?
2. Menurut bapak saat ini kan banyak banget ya orang yang berlomba-lomba ingin menjadi vlogger, mulai dari orang biasa sampe ke artis juga, yang tadinya ngga ngevlog, jadi ngevlog, itu alasannya kenapa?
3. Menurut bapak apakah membuat vlog itu membutuhkan perencanaan tidak? seperti konsep, skenario dll.
4. Di Youtube sendiri kan ada fitur like, komen dan subscribe, menurut bapak apakah yang diharapkan para vlogger itu hanya sekedar like, komen dan subscribe? Atau ada yang lain? Mengapa?
5. Menurut bapak untuk vlogger sendiri penting ga adanya interaksi dan kolaborasi dalam membuat vlog? juga antar sesama vlogger?
6. Menurut bapak sendiri bagaimana fenomena vlog ini kedepannya, khususnya yang daily vlog, sedang booming, banyak orang, publick figure terutama berlomba-lomba mengupload kegiatan kesehariannya agar dapat ditonton oleh orang banyak. Kalau menurut bapa bagaimana tanggapannya?
7. Menurut bapak gimana cara vlogger itu mengemas diri mereka agar dapat dikatakan orang yang memiliki kepribadian yang baik lewat vlog mereka?
8. Bagaimana menurut bapak untuk para vlogger yang membuat vlog yang berisi tentang pemberian contoh teladan?

9. Kalau menurut bapak adanya fenomena vloggernya awkarin. Dia kan mempertontonkan vlog yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat kita. Gimana komentar bapak dan cara bapak menyikapinya terkait hal tersebut?

- Pertanyaan sewaktu-waktu dapat berubah, sesuai dengan keadaan yang peneliti temui ketika melakukan observasi lapangan.



Curriculum Vitae

Nama : Muhammad Guntur Aguend
Tempat & Tanggal Lahir : Bogor, 3 Januari 1993
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl Kaliurang km 10 gang rejosari 2 no 63 rt 06 rw
43 Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta
Tinggi dan Berat Badan : 173 Cm dan 52 Kg
Telepon : 0896-1086-8016
Email : gaguend@yahoo.co.id

2012-2017 : Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2010-2012 : SMA Kolombo Yogyakarta
2008-2009 : SMA Plus PGRI Cibinong
2005-2008 : SMP Negeri 2 Cibinong
1999-2005 : SD Negeri Ciriung 2 Cibinong
1997-1999 : TK PGRI Handayani Cibinong

- Anggota Neon Photography UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012-2016)
- Anggota Forum Komunitas Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013 – 2015)
- Wakil ketua komunitas Neon fotografi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013 – 2014)
- Anggota Bingkai fotografi UIN Sunan Kalijaga (2012 – 2013)