



**KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE
PADA VIDEO PROMOSI PROPERTI DALAM KANAL
GARASI FIVEHOMES PADA TAHUN 2023**

**UNIVERSITAS
SKRIPSI
MUHAMMAD AKBARI
44318010019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Akbari
NIM : 44318010019
Program Studi : Ilmu Komunikasi/*Marketing Communication and Advertising*
Judul Laporan Skripsi : Kepuasan Penggunaan Media Sosial Youtube Pada Video Promosi Properti dalam Kanal Garasi Fivehomes Pada Tahun 2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 11 September 2023



Muhammad Akbari

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Akbari
NIM : 44318010019
Program Studi : Ilmu Komunikasi/*Marketing Communication and Advertising*
Judul Laporan Skripsi : Kepuasan Penggunaan Media Sosial Youtube Pada Video Promosi Properti dalam Kanal Garasi Fivehomes Pada Tahun 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Melly Ridaryanthi, M. Soc Sc., Ph. D
NIDN : 0305027201

Ketua Penguji : Dr. A. Rahman HI, M.Si
NIDN : 330126403

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, M.A
NIDN : L0317089402

Jakarta, 11 September 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

Dr. Fariq Hamid, M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Akbari
NIM : 44318010019
Program Studi : Ilmu Komunikasi - Marketing Communication & Advertising
Judul Laporan Skripsi : Kepuasan Penggunaan Media Sosial Youtube Pada Video Promosi Properti dalam Kanal Garasi Fivehomes Pada Tahun 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 11 September 2023



Muhammad Akbari

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan penghargaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, segala puji bagi-Nya atas limpahan rahmat, anugerah, dan karunia-Nya, penulis dengan ini berhasil menyelesaikan skripsi berjudul “Kepuasan Penggunaan Media Sosial Youtube Pada Video Promosi Properti dalam Kanal Garasi Fivehomes Pada Tahun 2023”. Penelitian ini menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana di Bidang Studi Komunikasi Pemasaran & Periklanan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Seiring perjalanan penyusunan skripsi ini, peneliti menghadapi berbagai kendala dan tantangan, namun berkat dukungan berbagai pihak, baik dalam bentuk dukungan materiil maupun dukungan moril, skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas dukungan yang memberikan semangat bagi peneliti dalam merampungkan skripsi ini kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi:

1. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc Sc, Ph.D, selaku Sekprodi *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana; sekaligus dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan ide, masukan, dan saran dalam pengembangan penelitian ini;
2. Bapak Dr. A. Rahman HI, M.Si selaku ketua sidang dan penguji yang telah banyak memberikan masukan, saran, serta pengembangan penelitian ini;
3. Bapak Engga Probi Endri, M.A., selaku penguji ahli yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam pengembangan penelitian ini;
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
5. Seluruh dosen bidang studi *Marketing Communication & Advertising*, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Ilmu Komunikasi khususnya mengenai *Marketing Communication & Advertising*;
6. Hj. Sapinah yang telah membesarkan peneliti dari kecil hingga dapat menyelesaikan penelitian ini, serta Ayah dan Almh. Ibu tercinta, H. Abdullah dan Almh. Sri Mulyati atas segala perhatian, dukungan, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti;
7. Feby Nabila Cahya Pertiwi, atas seluruh dukungan moral yang telah diberikan selama peneliti menyusun naskah penelitian ini;
8. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas seluruh dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu peneliti berusaha untuk melakukan yang terbaik dalam penyelesaian skripsi ini serta membuka saran dan kritik yang sedalam-dalamnya agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat berguna serta bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 11 September 2023



Muhammad Akbari



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan masalah..... | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis | 8 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 20 |
| 2.2.1. Digital Marketing Communication | 20 |
| 2.2.2. New Media | 24 |
| 2.2.3. Media Sosial..... | 27 |
| 2.2.4. Garasi Fivehomes..... | 29 |
| 2.2.5. Motif dan Kepuasan | 30 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 38 |
| 3.1. Paradigma Peneltian..... | 38 |
| 3.2. Metode Penelitian..... | 39 |
| 3.3. Tipe dan Jenis Penelitian..... | 40 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 40 |
| 3.4.1. Populasi..... | 41 |
| 3.4.2. Sampel..... | 42 |

| | |
|--|------------|
| 3.4.3. Teknik Penarikan Sampel | 43 |
| 3.5. Definisi dan Operasional Konsep | 44 |
| 3.5.1. Definisi Konsep..... | 44 |
| 3.5.2. Operasionalisasi Konsep | 45 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| 3.6.1. Data Primer | 46 |
| 3.6.2. Data Sekunder | 47 |
| 3.6.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian | 48 |
| 3.7. Teknik Analisis Data..... | 53 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 57 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 57 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 59 |
| 4.2.1. Data Diri Responden | 60 |
| 4.2.2. Variabel Kepuasan | 66 |
| 4.2.3. Perbandingan GS-GO..... | 88 |
| 4.2.4. Selisih GS-GO..... | 92 |
| 4.2.5. Indeks Rata-rata Dimensi GS | 93 |
| 4.2.6. Indeks Rata-rata Dimensi GO | 95 |
| 4.2.7. Indeks Rata-rata Variabel Kepuasan..... | 97 |
| 4.2.8. Uji Variabel Kepuasan | 97 |
| 4.3. Pembahasan..... | 99 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 107 |
| 5.1. Kesimpulan | 107 |
| 5.2. Saran..... | 107 |
| 5.2.1. Saran Akademis | 108 |
| 5.2.2. Saran Praktis | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | 110 |
| LAMPIRAN..... | 115 |
| Lampiran 1. Bukti Undangan Sidang Seminar Proposal | 115 |
| Lampiran 2. Bukti Lembar Perbaikan Seminar Proposal..... | 116 |
| Lampiran 3. Bukti Undangan Sidang Tugas Akhir Skripsi | 120 |
| Lampiran 4. Bukti Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir | 121 |
| Lampiran 5. Kuesioner Penelitian..... | 124 |
| Lampiran 6. Validitas dan Reliabilitas..... | 131 |

| | |
|--|-----|
| Lampiran 7. Proses Tabulasi Data | 132 |
| Lampiran 8. Analisis SPSS Statistic Classic..... | 133 |
| Lampiran 9. CV Peneliti | 134 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1. Perbandingan Rasio Peningkatan <i>Subscribers</i> Kanal <i>YouTube</i> Properti di Indonesia | 6 |
| Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu | 11 |
| Tabel 3.1. Penonton Kanal <i>YouTube Garasi Fivehomes</i> Periode Bulan Januari – Juli 2023 | 41 |
| Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Motif dan Kepuasan | 45 |
| Tabel 3.3. Skor Skala Likert | 46 |
| Tabel 3.4. Skor Interval Skala Likert | 47 |
| Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan | 50 |
| Tabel 3.6. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha | 52 |
| Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan | 52 |
| Tabel 3.8. Interpretasi Hasil Penelitian Berdasarkan Letak Kuartil | 56 |
| Tabel 4.1. Rentang Usia Responden | 61 |
| Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden | 61 |
| Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir Responden | 62 |
| Tabel 4.4. Pendapatan per Tahun Responden | 63 |
| Tabel 4.5. Provinsi Tempat Tinggal Responden | 63 |
| Tabel 4.6. Profesi/Pekerjaan Responden | 65 |
| Tabel 4.7. GSI-1 | 66 |
| Tabel 4.8. GSI-2 | 67 |
| Tabel 4.9. GSI-3 | 68 |
| Tabel 4.10. GSI-4 | 69 |
| Tabel 4.11. GSI-5 | 69 |
| Tabel 4.12. GSI-6 | 70 |
| Tabel 4.13. GSH-1 | 71 |
| Tabel 4.14. GSH-2 | 72 |
| Tabel 4.15. GSH-3 | 72 |
| Tabel 4.16. GSIP-1 | 73 |
| Tabel 4.17. GSIP-2 | 74 |
| Tabel 4.18. GSIP-3 | 75 |
| Tabel 4.19. GSIS-1 | 76 |
| Tabel 4.20. GSIS-2 | 76 |
| Tabel 4.21. GOI-1 | 78 |
| Tabel 4.22. GOI-2 | 78 |
| Tabel 4.23. GOI-3 | 79 |
| Tabel 4.24. GOI-4 | 80 |
| Tabel 4.25. GOI-5 | 81 |
| Tabel 4.26. GOI-6 | 81 |
| Tabel 4.27. GOH-1 | 82 |
| Tabel 4.28. GOH-2 | 83 |
| Tabel 4.29. GOH-3 | 84 |
| Tabel 4.30. GOIP-1 | 85 |
| Tabel 4.31. GOIP-2 | 85 |
| Tabel 4.32. GOIP-3 | 86 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.33. GOIS-1 | 87 |
| Tabel 4.34. GOIS-2 | 88 |
| Tabel 4.35. Perbandingan Rata-rata Indikator Informasi..... | 89 |
| Tabel 4.36. Perbandingan Rata-rata Indikator Hiburan | 90 |
| Tabel 4.37. Perbandingan Rata-rata Indikator Identitas Pribadi..... | 91 |
| Tabel 4.38. Perbandingan Rata-rata Indikator Interaksi Sosial | 92 |
| Tabel 4.39. Selisih GS-GO..... | 92 |
| Tabel 4.40. Penilaian Dimensi <i>Gratification Sought</i> (GS) | 93 |
| Tabel 4.41. Penilaian Dimensi <i>Gratification Obtained</i> (GO)..... | 95 |
| Tabel 4.42. Indeks Rata-rata Variabel Kepuasan..... | 97 |
| Tabel 4.43. Pemenuhan Kepuasan oleh Kanal <i>YouTube Garasi Fivehomes</i> | 103 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Youtube: Advertising Audience Overview</i> | 2 |
| Gambar 1.2 <i>Mobile Connectivity</i> | 4 |
| Gambar 1.3 <i>Kanal YouTube Garasi Fivehomes</i> | 6 |
| Gambar 2.1 <i>Kanal YouTube Garasi Fivehomes</i> | 30 |
| Gambar 3.1. <i>Kuartil Statistik</i> | 56 |
| Gambar 4.2. <i>Kanal YouTube Garasi Fivehomes</i> | 58 |
| Gambar 4.3. <i>Demografi Usia Penonton Kanal YouTube Garasi Fivehomes</i> | 59 |
| Gambar 4.4. <i>Bagan Interpretasi GS Berdasarkan Letak Kuartil</i> | 94 |
| Gambar 4.5. <i>Bagan Interpretasi GO Berdasarkan Letak Kuartil</i> | 96 |
| Gambar 4.6. <i>Notasi Uji Variabel Kepuasan</i> | 98 |

