



**KONSTRUKSI MAKNA MOTIVASI *HIERARKI OF NEEDS*
MASLOW DALAM YOUTUBE TIMOTHY RONALD
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Penyiaran

Disusun Oleh:

MUHAMMAD RAJA JIHADDIN ABED

44121010061

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Raja Jihaddin Abed
NIM : 44121010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Konstruksi Makna Motivasi Hierarki Of Needs Maslow Dalam Youtube Timothy Ronald (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Februari 2025



Muhammad Raja Jihaddin Abed

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Raja Jihaddin Abed
NIM : 44121010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Konstruksi Makna Motivasi Hierarki Of Needs
Maslow Dalam Youtube Timothy Ronald (Analisis
Semiotika Charles Sanders Peirce)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Feni Fasta, M. Si ()
NIDN : 0306047601
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed ()
NIDN : 0316088201
Penguji Ahli : Finy F Basarah, M. Si ()
NIDN : 0319027704

Jakarta, 12 Februari 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)



(Dr. Fatid 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 Raja Jihaddin Abed
NIM : 44121010061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Konstruksi Makna Motivasi Hierarki Of Needs
Maslow Dalam Youtube Timothy Ronald (Analisis
Semiotika Charles Sanders Peirce)

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, mengalih media/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.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Menyatakan



Muhammad Raja Jihaddin Abed

ABSTRAK

Nama : Muhammad Raja Jihaddin Abed
NIM : 44121010061
Program Studi : Penyiaran
Judul Laporan Skripsi : Konstruksi Makna Motivasi *Hierarki Of Needs* Maslow
Dalam Youtube Timothy Ronald (Analisis Semiotika
Charles Sanders Peirce)
Pembimbing : Dr. Feni Fasta, M.Si

Penelitian ini mengeksplorasi makna motivasi dalam konten YouTube menggunakan pendekatan semiotika dan teori Hierarki Kebutuhan Maslow. Sebagai platform digital yang berpengaruh, YouTube menyediakan beragam konten yang dapat memotivasi individu dalam berbagai aspek kehidupan. Pemahaman terhadap motivasi dalam media digital penting karena konsumsi konten dapat memengaruhi cara seseorang memenuhi kebutuhannya dan membentuk persepsi terhadap pencapaian tujuan hidup.

Penelitian ini sejalan dengan studi Fadia Shafa Aurellie & Syahrul Hidayanto tentang pesan motivasi dalam film CODA (2021), keduanya menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek dan metode analisis: CODA menggambarkan motivasi melalui hubungan sosial dengan pendekatan naratif, sedangkan penelitian ini menganalisis video YouTube dengan pendekatan semiotika Peirce. Selain itu, CODA mencakup seluruh hierarki kebutuhan Maslow, sementara video YouTube lebih menekankan penghargaan diri dan aktualisasi. Perbedaan ini memberikan perspektif baru dalam memahami motivasi di media digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika untuk menganalisis simbol dan tanda dalam video motivasi di YouTube. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis elemen visual dan naratif dalam video yang mengandung pesan motivasi. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman lebih dalam terhadap konstruksi makna yang tersembunyi dan bagaimana audiens menerima pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana video motivasi dapat mengonstruksi makna motivasi secara efektif dalam format media digital, sekaligus menegaskan relevansi teori Maslow dalam memahami pesan motivasi di era digital.

Kata kunci: Motivasi, Youtube, Semiotika, Hierarki Kebutuhan Maslow, Media Digital

ABSTRACT

Name : Muhammad Raja Jihaddin Abed
NIM : 44121010061
Study Program : Broadcasting
Thesis Report Title : *Construction of Maslow's Hierarchy of Needs Motivation Meaning in Timothy Ronald's Youtube (Charles Sanders Peirce Semiotic Analysis)*
Advisor : Dr. Feni Fasta, M.Si

This study explores the meaning of motivation in YouTube content using a semiotic approach and Maslow's Hierarchy of Needs theory. As an influential digital platform, YouTube provides various content that can motivate individuals in different aspects of life. Understanding motivation in digital media is crucial, as content consumption can influence how individuals fulfill their needs and shape their perception of achieving life goals.

This study aligns with the research of Fadia Shafa Aurellie & Syahrul Hidayanto on motivational messages in the film CODA (2021), both employing a qualitative approach. The key difference lies in the object and method of analysis: CODA conveys motivation through social relationships using a narrative approach, whereas this study analyzes YouTube videos with Peirce's semiotic approach. Additionally, CODA covers the entire hierarchy of Maslow's needs, while YouTube videos emphasize self-esteem and self-actualization. These differences provide a new perspective on understanding motivation in digital media.

This research employs a qualitative method with a semiotic approach to analyze symbols and signs in motivational YouTube videos. Data collection is conducted through the analysis of visual and narrative elements in videos containing motivational messages. This approach enables a deeper understanding of the construction of hidden meanings and how audiences interpret these messages in their daily lives.

The findings reveal how motivational videos effectively construct the meaning of motivation in digital media while reaffirming the relevance of Maslow's theory in understanding motivational messages in the digital age.

Keywords: *Motivation, YouTube, Semiotics, Maslow's Hierarchy of Needs, Digital Media.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “**Konstruksi Makna Motivasi *HIERARKI OF NEEDS MASLOW* dalam YouTube Timothy Ronald (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**”. Penelitian ini merupakan bagian dari upaya penulis untuk mengkaji lebih dalam tentang proses komunikasi motivasi dalam media digital, khususnya melalui pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce.

Media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi sarana penyebaran ide dan gagasan yang sangat luas. Salah satu konten yang menarik perhatian adalah tema motivasi, termasuk video dari Timothy Ronald yang membahas “cara merubah hidup.” Proposal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pemahaman tentang bagaimana tanda, simbol, dan pesan motivasi dikonstruksi serta diterima oleh audiens melalui medium digital.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan dapat terlaksana tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan motivasinya, kepada orang tua yang selalu memberikan semangat dan doa, serta kepada rekan-rekan yang telah memberikan masukan dan dukungan moral selama proses penyusunan.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis juga menyadari bahwa penelitian ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan, semangat, serta doa dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan dalam memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini:

1. Ibu Dr. Feni Fasta. M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga skripsi ini selesai.

2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid. M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Eka Perwitasari, M.Ed selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Ibu Rika Yessica Rahma, M.I.kom selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan kepada peneliti.
7. Kepada kakak satu-satunya Jihan Rahil Ismayanti Fadhilla yang selalu memberikan support dan doa, serta semangat hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Salwa Maulidya Nurjani yang senantiasa membantu dan memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan peneliti yang telah memberikan bantuan dan dorongan Muhammad Haris, Elvan Alba, Daeng, dan Wirangga
10. Seluruh teman-teman broadcasting angkatan 2021 yang telah memberikan masukan.

Akhir kata, Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian semiotika dan media digital. Segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian ini.

Jakarta, 25 Januari 2025

[Muhammad Raja Jihaddin Abed]

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teoritis	14
2.2.1 Komunikasi Melalui Media Baru.....	14
2.2.2 YouTube Sebagai Media Baru.....	16
2.3. Montage Editing	23
2.4. Motivasi	28
2.5. Konstruksi Makna	37
2.6. Semiotika	40
2.6.1. Semiotika Charles Sanders Peirce.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Paradigma Penelitian	46

3.2. Metode Penelitian	47
3.3. Teknik Pengumpulan data	47
3.3.1. Data Primer	47
3.3.2. Data Sekunder	48
3.4. Unit Analisis	48
3.5. Teknik Analisis data.....	49
3.6. Keterbatasan Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.2. Hasil Penelitian: Konstruksi Makna Motivasi <i>Hierarki Of Needs</i>	
Maslow Dalam YouTube Timothy Ronald	53
4.2.1. Konstruksi Makna Motivasi Hidup Karena Cinta dan Hubungan ..	54
4.2.2. Konstruksi Makna Motivasi Hidup Karena Penghargaan Diri	61
4.2.3. Konstruksi Makna Motivasi Hidup Karena Aktualisasi Diri.....	65
4.3. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran.....	74
5.2.1. Saran Akademis.....	74
5.2.2. Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Youtube Timothy Ronald	3
Gambar 1. 2 Konten Timothy Ronald "Cara Merubah Hidup"	4
Gambar 2. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia	19
Gambar 2. 2 Hirarki Kebutuhan Maslow	32
Gambar 2. 3 Konsep Segitiga Peirce	43
Gambar 4. 1 Akun Youtube Timothy Ronald	51
Gambar 4. 2 Konten Timothy Ronald "Cara Merubah Hidup"	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2. 2 Technical Devices (Basarah, 2017)	39
Tabel 4. 1 Motivasi Hitup Karena Cinta Dan Hubungan	57
Tabel 4. 2 Penghargaan Diri Melalui Kesadaran Akan Ambisi Dan Usaha .	61
Tabel 4. 3 Keberanian Menghadapi Ketakutan Sebagai Kunci Aktualisasi Diri Dalam Perubahan Hidup.....	65

