

**ANALISIS MOTIF GEN Z SEBAGAI PENONTON AKTIF
DAN PASIF DALAM PROGRAM ‘*VIBE AND VOICE*’
DI YOUTUBE VIVA.CO.ID**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



DISUSUN OLEH :

Puja Lauda Banurea 1211003080

DOSEN PEMBIMBING :

Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

~~Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.~~

Nama : Puja Lauda Banurea

Nim : 1211003080

Tanggal : 20 Agustus 2025

Tanda Tangan



Puja Lauda Banurea

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

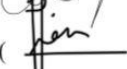
Nama : Puja Lauda Banurea
NIM : 1211003080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Motif Gen Z Sebagai Penonton Aktif dan Pasif Dalam Program "Vibe and Voice" di Youtube Viva.co.id

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.
Pembahas 1 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom.
Pembahas 2 : Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.

Sidang TA Puja
03092025

()

()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 01 September 2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat, kasih sayang, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Perbedaan Motif Penonton Aktif dan Pasif dalam Mengakses Program ‘*Vibe and Voice*’ di Youtube Viva.co.id” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penyusunan skripsi ini merupakan rangkaian dalam perjalanan akademik penulis di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai tantangan dan proses yang mengajarkan penulis banyak hal, tidak hanya tentang teori dan metodologi akademik, tetapi juga tentang kesabaran disiplin, dan semangat pantang menyerah. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan tugas akhir ini merupakan hasil dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, motivasi, dan doa selama proses berlangsung. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa Syukur yang sebesar-besarnya kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat, bimbingan, dan kasih-Nya yang tiada henti. Tanpa kehadiran dan pertolongan-Nya, penulis tidak akan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Setiap proses mulai dari awal pencarian ide hingga tahap akhir revisi selalu disertai dengan doa dan kekuatan dari Tuhan yang memampukan penulis untuk terus maju dan semangat meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan.

2. Keluarga Tercinta

Terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada keluarga tercinta yang selalu mendukung penulis dalam keadaan apapun. Kepada Papa Rahmat dan Mama Netty terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang yang luar biasa, semangat, dan juga doa yang selalu diberikan. Abang Rizky yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih telah menjadikan rumah tempat terhangat dan tempat megadu di setiap langkah penulis. Kehadiran kalian menjadi alasan penulis masih bisa bertahan sampai saat ini.

3. Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.

Ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing penulis yang penuh dengan kesabaran dan perhatian dalam membimbing penulis dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih telah memotivasi dan membantu penulis untuk terus berkembang.

4. Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Miss Ari selaku dosen penguji yang telah berkenan memberikan arahan di setiap kekurangan pada skripsi ini. Terima kasih untuk semua arahan yang diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu-ilmu selama penulis melaksanakan pendidikan di Universitas Bakrie. Pada akhirnya semua ilmu yang diberikan dapat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat Terbaik

Untuk Caca, Angel, dan Syasya, terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan untuk sahabat yang selalu ada bagi penulis dalam keadaan apapun. Kehadiran kalian yang tidak hanya menjadi pendengar namun juga penyemangat bagi penulis. Terima kasih untuk dukungan dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

7. Teman Terdekat

Zidane Indrawan, sosok yang tak kalah penting kehadirannya, terima kasih penulis sampaikan atas kebaikan, dan juga dukungan yang selama ini diberikan. Sosok yang dapat diandalkan dalam berbagi cerita dan juga berkeluh kesah. Terima kasih sudah menjadi salah satu bagian penting untuk meyakini dan menenangkan penulis di setiap kegelisahan yang muncul dalam proses pembuatan skripsi ini.

8. Sahabat-sahabat lainnya

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua sahabat dan teman seperjuangan yang namanya tidak bisa disebut satu persatu. Terima kasih telah memberikan motivasi, dukungan, dan juga semangat yang tiada

hentinya. Pengalaman yang sangat berkesan dan tidak akan terlupakan sampai perkuliahan ini selesai.

9. Diri Sendiri

Dan terakhir, untuk diri saya sendiri Puja Lauda Banurea. Apresiasi sebesar- besarnya karena telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Berusaha untuk tidak menyerah dan memilih untuk tetap bangkit walau sering kali merasa kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan dan berjuang meski harus melalui berbagai tekanan, keraguan, dan juga air mata yang tak pernah terlihat. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Puja Lauda Banurea
NIM : 1211003080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS MOTIF GEN Z SEBAGAI PENONTON AKTIF DAN PASIF DALAM PROGRAM ‘VIBE AND VOICE’ DI YOUTUBE VIVA.CO.ID”

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 20 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Puja Lauda Banurea

**“Analisis Motif Gen Z Sebagai Penonton Aktif dan Pasif dalam Program
‘Vibe and Voice’ di YouTube Viva.co.id”**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan motif Generasi Z sebagai penonton aktif dan pasif dalam mengakses program “*Vibe and Voice*” di kanal YouTube Viva.co.id. Latar belakang penelitian ini berangkat dari dominasi Gen Z sebagai pengguna media digital dengan tingkat akses internet yang tinggi, khususnya di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification 2.0* dengan model MAIN (*modality, agency, interactivity, navigability*) sebagai landasan teoretis, serta pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap informan yang dikategorikan sebagai penonton aktif maupun pasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton aktif cenderung memanfaatkan fitur interaktivitas seperti komentar, like/dislike, serta membagikan konten, sementara penonton pasif hanya mengonsumsi konten tanpa keterlibatan lebih lanjut. Perbedaan motif utama yang ditemukan adalah bahwa penonton aktif lebih berorientasi pada interaktivitas dan navigasi media, sedangkan penonton pasif lebih berorientasi pada hiburan pasif dan mengisi waktu luang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi, khususnya dalam memahami pola konsumsi konten digital oleh Gen Z serta memberikan masukan bagi pengelola konten YouTube untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

Kata kunci: Generasi Z, motif penonton, podcast, *Uses and Gratification 2.0*, YouTube.

“Analysis of Gen Z’s Motives as Active and Passive Viewers in the ‘Vibe and Voice’ Program on Viva.co.id’s YouTube Channel”

ABSTRACT

This study aims to analyze the differences in motives of Generation Z as active and passive viewers in accessing the “*Vibe and Voice*” program on Viva.co.id’s YouTube channel. The research background stems from the dominance of Gen Z as digital media users with high internet penetration, particularly in the Greater Jakarta area. The study employs the *Uses and Gratification 2.0* theory with the MAIN model (*modality, agency, interactivity, navigability*) as the theoretical framework, and applies a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with informants categorized as active and passive viewers. The findings reveal that active viewers tend to utilize interactive features such as commenting, liking/disliking, and sharing content, while passive viewers only consume content without further engagement. The main differences identified are that active viewers are more oriented towards interactivity and media navigation, whereas passive viewers are more oriented towards passive entertainment and filling leisure time. This study is expected to contribute to communication studies, particularly in understanding Gen Z’s digital content consumption patterns, and to provide insights for YouTube content managers in developing strategies aligned with audience needs.

Keywords: Generation Z, podcast, *Uses and Gratification 2.0*, viewing motives, YouTube.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Definisi Konsep dan Pendekatan Teori.....	6
2.1.1 Teori Uses and Gratification.....	6
2.1.2 Teori Uses and Gratification 2.0.....	7
2.1.2.1 Modality	8
2.1.2.2 Agency	9
2.1.2.3 Interactivity	9
2.1.2.4 Navigability	10
2.1.3 Podcast	10
2.1.4 YouTube.....	11
2.1.5 Generasi Z	12

2.1.6 Penonton.....	13
2.1.6.1 Penonton Aktif.....	13
2.1.6.2 Penonton Pasif.....	13
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	14
2.3 Model Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.3 Pengumpulan Data	31
3.4 Analisis Data.....	33
3.5 Triangulasi Data.....	36
3.6 Operasionalisasi Konsep	38
BAB IV.....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Motif.....	57
4.2.2 Modality	60
4.2.3 Agency.....	63
4.2.4 Interactivity.....	66
4.2.5 Navigability	68
4.2.6 Persepsi Umum terhadap Program	71
4.3 Pembahasan.....	74
4.3.1 Motif.....	74
4.3.2 Modality	76
4.3.3 Agency.....	78
4.3.4 Interactivity.....	80
4.3.5 Navigability	82
4.3.6 Persepsi Umum terhadap Program	84
4.3.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	86
BAB V	88
PENUTUP.....	88

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian.	55
Tabel 4.2 Indikator Motif	59
Tabel 4.3 Indikator Modality.....	62
Tabel 4.4 Indikator Agency	65
Tabel 4.5 Indikator Interactivity	68
Tabel 4.6 Indikator Navigability	71
Tabel 4. 7 Indikator Presepsi Umum	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	24
--------------------------------------	----