

**PENGARUH MOTIF TERHADAP KEPUASAN MENONTON
FILM "AVENGERS END GAME"
(STUDI PENGIKUT AKUN TWITTER MOVIE MIAINFESS)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
FEGA APREILIA
044115485**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JANUARI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Fega Apreilia
NPM : 044115485
Judul : Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Menonton Film
"Avengers: Endgame" (Studi Pengikut Akun Twitter
Moviemenfess)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

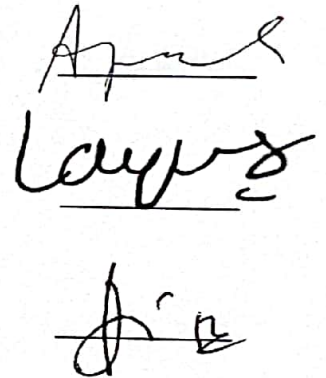
DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Wiranta Yudha Ginting, M.A
NIK: 1.0616 049 758

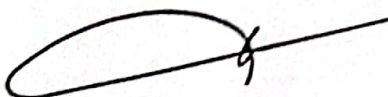
Pembimbing II : Layung Paramesti Martha, M.Si
NIK. 1.0616 049 756

Pembaca : Dr. David Rizar Nugroho, M.Si
NIK. 1.0909 048 524

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: :



Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si.
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

FEGA APREILIA. 044115485. Pengaruh Motif terhadap Kepuasan Menonton Film “Avengers: Endgame”(Studi: Pengikut Akun Twitter Moviemenfess). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Wiranta Yudha Ginting dan Layung Paramesti Martha. 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pengikut akun Twitter Moviemenfess dalam menonton film “Avengers: Endgame” dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengikut akun Twitter Moviemenfess menonton film “Avengers: Endgame”. “Avengers: Endgame” adalah yang diproduksi oleh Marvel Cinematic Universe dan menjadi film terakhir dari Infinity Saga. Besarnya *hype* pada film ini, “Avengers: Endgame” telah memecahkan banyak rekor seperti “film dengan pendapatan tertinggi”, “film tercepat yang mendapatkan \$500 juta (dalam tiga hari)” dan masih banyak lagi. Semua orang di sosial media membicarakan film ini termasuk di Twitter. Moviemenfess sendiri adalah akun *autobase* Twitter yang berfokus pada film dan serial TV. Saat “Avengers: Endgame” tayang perdana di Indonesia, semua pengikut dan yang mengikuti akun Moviemenfess ikut berdiskusi dan bertukar pikiran tentang film ini.

Pada penelitian ini memiliki motif yang terdiri dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Sementara kepuasan terdiri dari kepuasan yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan pada pengikut akun Twitter Moviemenfess dengan menggunakan metode kuantitatif. Dari 99.500 lebih pengikut akun Twitter Moviemenfess diambil 100 orang untuk menjadi responden. Uji validitas menggunakan Product Moment Pearson dan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Pengukuran uji korelasi setiap variabel menggunakan Pearson.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel Motif (X) saling berhubungan dan signifikan dengan indikator pada variabel Kepuasan (Y) dan keseluruhan indikator bersifat positif. Teori Uses and Gratifications dalam penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa Motif menonton film “Avengers: Endgame” sangat berpengaruh kepada kepuasan pengikut akun Twitter Moviemenfess.

Kata Kunci: Pengaruh, Motif, Kepuasan, Film