MOTIF PENGGUNA APLIKASI LINE *WEBTOON* (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PADA PENGIKUT AKUN *OFFICIAL* LINE *WEBTOON* ID)

MOTIVE OF LINE WEBTOON APP USERS (DESCRIPTIVE QUANTITATIVE STUDY OF OFFICIAL ACCOUNT LINE WEBTOON ID FOLLOWERS)

Zahra Medina[1], Maylanny Christin[2], Ruth Mei Ulina Malau[3]
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom[123]
zhramedina@gmail.com[1], maylannychristin@gmail.com[2], ruthmeimalau@gmail.com[3]

Abstrak

Penelitian ini dilakukan terkait dengan perubahan pola hidup di masyarakat akibat dari adanya perkembangan atau konvergensi media. Salah satunya perubahan pola membaca komik yang pada mulanya komik hanya bisa didapatkan di toko buku terdekat, kini sudah dapat diakses secara *mobile* dalam bentuk sebuah perangkat aplikasi yang berasal dari Korea Selatan dan dinamakan LINE *Webtoon.* Peneliti memilih LINE *Webtoon* karena kepopuleran *Webtoon* di Indonesia sudah tidak dapat diragukan lagi melihat banyaknya bermunculan penulis *webtoon* Indonesia yang bekerjasama dengan perusahaan LINE untuk mengembangkan kreatifitas mereka. Penelitian ini menggunakan Teori kajian motif dari McQuail. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, dan motif integrasi/interaksi sosial berada dalam kategori tinggi. Sedangkan motif diversi/hiburan berada dalam kategori sangat tinggi.

Kata Kunci: Konvergensi media, *Webtoon*, Motif

Abstract

This research was conducted due to the lifestyle changes in society as a result of development or convergence of media. One of them is a change in the pattern of reading a comic book which was originally comics can only be obtained at local bookstore, now can be accessed by mobile in the form of an application device which comes from South Korea and called LINE Webtoon. Researchers chose LINE Webtoon because of its popularity could not be doubted, see many new Indonesian's Webtoons author who have sprung up and establish cooperation with LINE to develop their creativity. The theory that used in this research is moti theory by McQuail. The method used in this research is survey method with descriptive analysis and quantitative approaches. The results showed that the motif of information, motif of personal identity, and the motif of integration/social interaction are in the high category. While the motif of diversion/entertainment is in the very high category.

Keywords: Media Convergence, Webtoon, Motive

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring berkembangnya waktu dan teknologi, internet menyediakan beragam cara untuk menghubungkan masyarakat dari berbagai belahan dunia, salah satunya dengan adanya media sosial. Media sosial merupakan suatu media maya yang disediakan untuk memudahkan manusia di seluruh dunia saling berinteraksi dan membagi informasi dengan yang lainnya. Salah satu media sosial untuk berkomunikasi yang dikenal saat ini adalah media sosial LINE. Media sosial LINE merupakan sebuah media komunikasi dan informasi yang sangat diperlukan oleh semua kalangan, dari kalangan anak-anak hingga orang tua, pekerja dan pelajar. Banyak manfaat media sosial LINE bagi penggunanya, diantaranya adalah sebagai sarana penyampaian pesan, diskusi di sesama pengguna media sosial LINE lebih cepat, mudah, ekonomis, akurat mudah dikelola serta nyaman. Sekarang ini, orang lebih banyak menggunakan media sosial LINE karena penggunaannya lebih mudah dan fiturnya pun beragam.

Pendiri aplikasi LINE adalah Lee Hae Jin, seorang lulusan sarjana teknis di Seoul National University yang berkebangsaan Korea Selatan dan memulai karirnya di Samsung SDS, anak usaha dari Samsung Group. LINE dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation atau yang biasa dikenal dengan Naver. LINE pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut LINE masuk dalam sistem operasi besutan BlackBerry. Lalau pada tahun 2012, LINE resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows.

Dan seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat dunia yang sekarang menjadi lebih aktif daripada sebelumnya atau yang biasa dikenal dengan *mobile society* mendorong adanya banyak penemuan media baru yang dapat mendukung aktivitas atau kegiatan sehari-hari masyarakat dunia disela-sela padatnya waktu pekerjaan. Salah satunya adalah berkembangnya fitur yang disediakan oleh LINE pun menjadi semakin beragam. LINE meluncurkan layanan terbaru tahun 2014 secara global yang dinamakan LINE *Webtoon*, yang sekarang sudah berkembang menjadi platform *webtoon* terbesar di Korea dengan pengguna yang mencapai lebih dri 6,2 juta setiap harinya. Layanan LINE *Webtoon* terjemahan yang gratis ini membawa *webtoons* menjadi sebuah bagian dari Korean Wave yang mendunia.

Alasan peneliti memilih LINE *Webtoon* adalah antara lain karena hanya dengan memiliki akun jejaring social LINE, pengguna sudah dapat menikmati *webtoons* di LINE *Webtoon* secara gratis. LINE *Webtoon* merupakan satu-satunya komik *online* berbasis web yang menyediakan komik secara gratis dan dapat dinikmati oleh setiap orang dengan lima bahasa yang tersedia, yaitu bahasa Korea, Jepang, Thailand, Inggris, dan juga bahasa Indonesia. Selain itu, menurut artikel yang dikutip dari *iibf.id* dan *detikhot.com*kepopuleran *webtoon* di Indonesia membuat para penulis dan penerbit Korea diundang dalam acara Indonesia International Book Fair (IIBF) 2015. Indonesia International Book Fair (IIBF) adalah pameran tahunan yang diselenggarakan oleh Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI). Tidak hanya itu, menurut artikel yang dikutip dari *tekno.kompas.com*, LINE mengadakan sayembara untuk menambah jumlah komikus lokal Indonesia yang bekerjasama dengan mereka. Dan sudah terbutki, terdapat sederet nama penulis Indonesia yang sudah bekerja sama dengan LINE dan berhasil meraih jutaan *viewers* atau pembaca yang menikmati kisah webtoonnya diantaranya, Sweta Kartika penulis „Piraku X Piraku", dan Faza Meonk dengan kisah „Si Juki" nya. Subjek penelitian ini yaitu pengikut akun *Official* LINE *Webtoon* ID yang mencapai 5.844.017 *adders* (terhitung hingga pada 7 Mei 2016). Setiap khalayak memiliki motif yang berbeda dalam menggunakan suatu media, begitu pula terhadap pengikut akun *Official* LINE *Webtoon* ID.

Hal ini sesuai dengan kategori motif dalam penggunaan media massa yang memiliki empat indikator, diantaranya adalah informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan (McQuail, 1987:73).Berdasarkan paparan diatas, motif pengguna LINE *Webtoon* dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* sebagai aplikasi bacaan komik *online* atau *webtoon* merupakan fenomena yang layak untuk diteliti. Dengan

demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "MOTIF PENGGUNA APLIKASI LINE *WEBTOON* (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun LINE *Official Webtoon*ID)"

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana motif informasi pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon?*
2. Bagaimana motif identitas personal pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon?*
3. Bagaimana motif integratif dan interaksi sosial pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?
4. Bagaimana motif hiburan pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan motif informasi pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.
2. Untuk mendeskripsikan motif identitas personal pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon.*
3. Untuk mendeskripsikan motif integratif dan interaksi social pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon.*
4. Untuk mendeskripsikan motif hiburan pengikut akun LINE *Official Webtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*.

Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah serta berlandaskan teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Silalahi (2009:27) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang menyajikan satu gambar terperinci mengenai situasi khusus, setting sosial ataupun hubungan keduanya. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Sugiyono, 2012:24).

Penelitian ini akan menjelaskan, mendeskripsikan, dan memaparkan bagaimana motif dari pengikut akun LINE *OfficialWebtoon* ID dalam menggunakan aplikasi LINE *Webtoon*. Seperti yang dipaparkan diatas bahwa penelitian dengan metode ini hanya sekedar mengidentifikasi data tanpa melakukan pengujian terhadap hipotesis.

Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut akun LINE *OfficialWebtoon* ID. Seperti yang telah dijelaskan pada pendahuluan penelitian ini, akun LINE *OfficialWebtoon* ID telah memiliki pengikut sebanyak

5.844.017 (per 8 Mei 2016) pengikut sehingga para pengikut akun LINE *OfficialWebtoon* ID tersebut layak dijadikan sebagai subjek penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik, pada penelitian ini peneliti menggunakan studi deskriptif. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanyatanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2012:147).

Melalui teknik analisis ini, peneliti akan memaparkan data penelitian yang berupa jawaban yang diperoleh dari responden melalui kuesioner ke dalam bentuk tabel, lalu peneliti akan melakukan penilaian terhadap data tersebut. Pengukuran akan dilakukan menggunakan tabel frekuensi yang dihitung secara presentase dari jumlah jawaban yang diberikan responden dalam kuesioner. Data dari hasil penelitian tersebut akan diakumulasikan, disusun secara sistematis, dan ditabulasi dengan tabel distribusi frekuensi, lalu kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Data dan analisis selanjutnya akan diinterpretasikan untuk mengetahui makna dari hasil penelitian.

2. LANDASAN TEORI

Pengertian Motif

Motif berasal dari bahasa Latin, yaitu *movere* yang berarti bergerak, karena itu motif dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat atau merupakan *driving force* (Branca dalam Walgito, 1997). As‟ad (1995) mengartikan motif dengan dorongan. Dorongan merupakan gerakan jiwa dan jasmani untuk berbuat sehingga motif merupakan *"driving force"*yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu.

Daftar motif memang tidak terbatas. Tetapi Blumer (1980 ; 209) yang dikutip Rakhmat (1989 ; 89) menyebutkan tiga orientasi, yaitu:

a. Motif Kognitif

Motif kognitif adalah kebutuhan akan informasi aktual, *surveillance*, atau eksplorasi realitas. Informan yang didasari dengan motif ini akan berusaha mencari segala macam informasi yang ia butuhkan lewat berbagai media yang dapat dijangkaunya.

b. Motif Diversi

Motif diversi adalah dorongan dari dalam diri untuk memenuhi kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.

c. Motif Identitas Personal

Motif identitas personal adalah kebutuhan akan penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

Motif Penggunaan Media

McQuail (1972) merumuskan empat motif dalam penggunaan media massa, yaitu:

1. Motif informasi yaitu kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas.

2. Motif identitas personal/pribadi yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam hidupnya sendiri.

3. Motif integrasi dan interaksi sosial yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.

4. Motif diversi atau hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Kategori motif yang dijadikan acuan adalah kategori motif pengonsumsian media menurut McQuail yaitu sebagai berikut: (Kriyantono,2006:204),

1. Motif informasi
Pada motif informasi, khalayak dapat dikatakan memiliki motif informasi jika:
a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
b. Dapat memperoleh berbagai informasi mengenai peristiwa yang berkaitan dengan keadaan dunia.
c. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.
e. Khalayak dapat memperoleh penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Personal/Pribadi
Pada motif identitas pribadi khalayak dikatakan memiliki motif identitas pribadi jika:
a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan khalayak tersebut.
b. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
c. Memperoleh nilai lebih sebagai khalayak.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
Pada motif ini, khalayak dapat mempunyai motif integrasi dan interaksi sosial jika:
a. Dapat memperoleh pengetahuan tentang empati sosial.
b. Dapat menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial.
c. Dapat menjalankan peran sosial sebagai khalayak.
d. Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
e. Keinginan untuk dihargai oleh orang lain.

4. Motif Diversi atau Hiburan
Pada motif ini, khalayak dapat dikatakan mempunyai motif Diversi/Hiburan jika:
a. Khalayak dapat melepaskan diri dari permasalahan yang dihadapi.
b. Khalayak dapat bersantai dan mengisi waktu luang.
c. Khalayak dapat menyalurkan emosinya.
d. Khalayak mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Sedangakan menurut ahli lainnya, Papacharissi dan Rubin (2000) dalam Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. (2003) menemukan bahwa terdapat lima motif utama seseorang dalam menggunakan media, khususnya *new media* atau internet:

1. Motif *Utility*
2. Motif *Passing Time*
3. Motif *Seeking Information*
4. Motif *Convenience*
5. Motif *Entertainment*

Dari kelima motif penggunaan new media tersebut, yang paling penting adalah motif *seeking information* atau pencarian informasi. Papacharissi dan Rubin (2000) juga menemukan bahwa orang merasa dihargai secara interpersonal menggunakan internet untuk pengumpulan informasi dan mereka yang merasa tidak aman pada interaksi tatap muka berpaling ke internet untuk interaksi sosial. Secara keseluruhan, Papacharissi dan Rubin menyimpulkan teori ini memberi kerangka penting untuk mempelajari media baru.

Dari kedua model kajian motif penggunaan media diatas yang diperkenalkan oleh McQuail (1972) dan Papacharassi dan Rubin (2000), peneliti memutuskan untuk menggunakan kajian motif dari McQuail (1972), alasannya karena dalam mempelajari kegunaan *new media* seperti internet, perlu mempertimbangkan sifat dari internet yang bersifat massa namun juga dapat bersifat individual. Alasan lainnya adalah, karena peneliti menyimpulkan bahwa kajian motif yang disampaikan Papacharissi dan Rubin sudah terangkum dalam kajian motif yang disampaikan oleh McQuail. Dan terdapat beberapa motif yang ingin diukur oleh peneliti yang terdapat dalam kajian motif yang disampaikan oleh McQuail namun tidak ada dalam motif yang disampaikan oleh Papacharissi dan Rubin seperti motif identitas personal, dan motif interaksi sosial.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Penelitian

Sub Variabel	**Total Skor**	**Rata-Rata**	**Presentase**
Motif Informasi	1317	2,63	65,85%
Motif Identitas Pribadi	1707	2,85	71,13%
Motif Integrasi/Interaksi Sosial	1403	2,81	70,15%
Motif Diversi/Hiburan	2941	3,26	82,67%
Total	7368	2,89	73,68%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

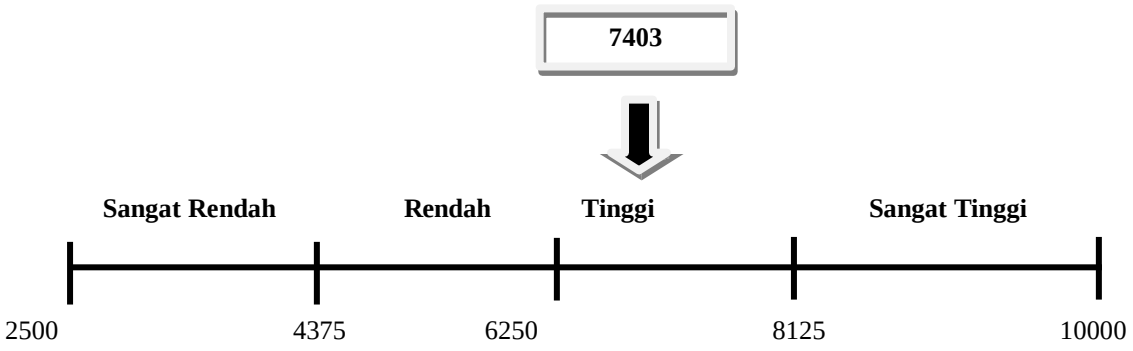
Pada variabel Motif (X) dengan jumlah item pernyataan 25 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 7403 atau dengan presentase sebesar 74,03%, maka rentang skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai motif diperoleh hasil sebagai berikut.

Rentang skor kategori $= \frac{(100 \times 25 \times 4) - (100 \times 25 \times 1)}{4}$

$= \frac{10.000-2500}{4} = 1875$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 1875 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai Motif (X) diperoleh rentang sebagai berikut:

Gambar 1
Garis Kontinum Variabel (X) Motif



Sumber:Hasil Olahan Data Peneliti

Pembahasan

Berdasarkan paparan data diatas, terlihat bahwa keempat motif termasuk dalam kategori tinggi. Kategori motif dengan nilai terendah adalah motif informasi, sedangkan kategori motif dengan nilai tertinggi adalahh motif hiburan. Skor indikator tertinggi yang berada didalam motif hiburan adalah indikator melepaskan diri dari kejenuhan yaitu 62 responden yang memilih „sangat setuju" atau dengan presentase sebesar 62%. Hal ini membuktikan bahwa khalayak responden dominan menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai media bacaan *webtoon* untuk melepaskan diri dari kejenuhan.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dengan jelas, rata-rata motif tertinggi adalah motif hiburan yaitu sebesar 3,26 dengan presentase 82,67%, diikuti dengan motif identitas pribadi yaitu sebesar 2,85 dengan presentase 71,13%, kemudian motif integrasi/interaksi sosial yaitu sebesar 2,81 dengan presentase 70,15%, dan terakhir, motif informasi dengan rata-rata sebesar 2,63 dan presentase 65,85%.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif informasi, terdapat berbagai macam informasi yang ada pada LINE *Webtoon* seperti misalnya saja tentang kisah dan pembelajaran dalam hidup. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, *Webtoon* pada umumnya berisikan kisah-kisah yang diambil dari kehidupan sehari-hari penulisnya, baik berupa pengalaman pribadi maupun hasil pengamatan sekitar. Beberapa responden mengakui bahwa terdapat beberapa kisah *webtoon* dapat memberikan bimbingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap masalah yang sedang dilalui oleh responden. Tidak hanya itu, *webtoon* asli Korea Selatan yang diterjemahkan kedalam beragam bahasa membuat responden mengetahui bagaimana perkembangan budaya sehari-hari di Korea Selatan mengingat tidak semua pengguna aplikasi LINE *Webtoon* merupakan seseorang yang menyukai budaya Korea Selatan.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif identitas pribadi, terdapat beberapa nilai-nilai berharga dari konten *webtoon* yang didapatkan oleh khalayak responden, seperti misalnya dengan membaca *webtoon*, dapat menumbuhkan semangat pembaca sehingga pembaca juga dapat ikut berpartisipasi dalam penulisan ide untuk alur *webtoon* yang dibacanya. Tidak hanya itu, pembaca juga dapat berpartisipasi dalam menulis cerita atau kisah *webtoon* terbaru dan meraih kesempatan bekerja sama dengan LINE *Webtoon* yang akan menguntungkan kedua belah pihak, baik pihak penulis maupun LINE *Webtoon* itu sendiri. Selain itu, terdapat indikator „aktualisasi diri" yang menimbulkan motif tersendiri. Misalnya saja, ketika membaca *webtoon*, khalayak dapat terhanyut kedalam alur cerita *webtoon* dan merasakan langsung bagaimana jika menjadi salah satu tokoh yang ada dalam cerita *webtoon* tersebut.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif integrasi/interaksi sosial, terdapat beberapa indikator-indikator yang terkait seperti agar dapat menemukan bahan pembicaraan dengan sesama penyuka *webtoon*, agar dapat bersosialisasi, agar merasa lebih dekat, untuk mempererat hubungan dan untuk dapat mengidentifikasi diri antar sesama penyuka *webtoon*. Khalayak responden pada nyatanya menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* agar dapat menemukan bahan pembicaraan dengan khalayak yang mempunyai ketertarikan yang sama yaitu untuk hal membaca *webtoon*. Ketika mereka membaca suatu cerita *webtoon*, mereka akan dapat lebih muda bersosialisasi dan berbagi cerita ke sesamanya. Dari bersosialisasi dan berbagi cerita inilah hubungan mereka menjadi lebih dekat dan dapat mengidentifikasi diri sebagai sesama penyuka *webtoon*. Dari indikator tersebut, dapat terlihat bahwa motif integrasi/interaksi sosial dapat dikategorikan tinggi, seperti yang dikatakan pada bab sebelumnya, motif integrasi/interaksi sosial adalah motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hidupnya dengan orang lain.

Berdasarkan beberapa item pernyataan yang dikaitkan dengan motif diversi/hiburan, terdapat beberapa indikator-indikator yang terkait seperti melepaskan diri dari masalah, melepaskan diri dari kejenuhan, bersantai, menyalurkan emosi, menjadikan aplikasi ini sebagai alternative hiburan, dan untuk mendapatkan kesenangan. Diantara beberapa indikator tersebut, indikator melepaskan diri dari kejenuhan memiliki poin „sangat setuju" yang paling tinggi, yaitu 62 responden atau dengan presentase sebesar 62% banyaknya. Hal ini membuktikan bahwa khalayak responden dominan menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai media bacaan *webtoon* untuk melepaskan diri dari kejenuhan. Indikator lainnya seperti menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* menjadi salah satu alternatif hiburan juga memiliki poin „sangat setuju" tertinggi kedua yaitu sebanyak 57 khalayak responden atau dengan presentase sebesar 57%. Hal ini juga memberikan bukti bahwa khalayak responden dominan menggunakan aplikasi LINE *Webtoon* ini sebagai alternatif hiburan dikala merasa bosan dengan rutinitas keseharian. Berdasarkan indikator tersebut, dapat terlihat bahwa motif diversi/hiburan dapat dikategorikan sangat tinggi, seperti yang dikatakan pada bab sebelumnya, motif diversi/hiburan adalah kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan seseorang akan hiburan.

4. SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi LINE *Webtoon* yang menggunakan media ini sebagai portal membaca *webtoon* memiliki beragam motif dalam menggunakannya, motif yang utama dan memiliki pengaruh yang signifikan adalah motif diversi atau hiburan terutama sebagai pelepas kejenuhan.

2. Dari hasil analisis pada penelitian ini, variabel motif diversi atau hiburan memiliki hasil terbesar atau sangat tinggi dengan presentase sebesar 82,67% dibandingkan variabel motif lainnya seperti motif informasi dengan presentase sebesar 65,85%, motif identitas personal dengan presentase sebesar 71,13%, dan motif interaksi sosial dengan presentase sebesar 70,15%.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

McQuail, Denis. (2011) Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
Silalahi, Uber. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama
Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
Rakhmat, Jalaluddin. (2009). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Rosdakarya
Kriyantono, Rachmat. (2006). Tekhnik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
Knapp, Mark l DAN Daly, John A. (2002). Handbook of Interpersonal Communication, Third Edition. Sage Publication; London

Internet

Anonim, Akhirnya, Korea Ditetapkan sebagai Guest of Honour IIBF 2015 diakses dari http://iibf.id/news/akhirnya-korea-ditetapkan-sebagai-guest-of-honour-iibf-2015 pada 15 April 2016, pukul 16.15 WIB

Tia (2015, 17 Maret). Korea Jadi Tamu Kehormatan di Indonesia International Book Fair 2015. Diakses dari http://hot.detik.com/art/2861290/korea-jadi-tamu-kehormatan-di-indonesia-international-book-fair-2015 pada 15 April 2016 pukul 15.30 WIB

Widiartanto, Yoga (2015, 9 Agustus). LINE Berburu Komikus Indonesia Untuk Webtoon diakses dari http://tekno.kompas.com/read/2015/08/09/090640931/Line.Berburu.Komikus.Indonesia.untuk Webtoon pada 18 April 2016 pukul 11,10 WIB