

Abstrak

Penelitian ini terkait dengan munculnya *Korean Wave Trend* di Indonesia dimana tidak hanya *boyband* dan *girlband* serta drama Korea yang disukai oleh khalayak Indonesia namun program *Variety Show* Korea juga mulai digemari oleh khalayak Indonesia. Peneliti memilih salah satu program *Variety Show* Korea yang digemari oleh khalayak Indonesia yaitu program *Variety Show Running Man*. Hal tersebut dikarenakan program *Variety Show Running Man* sendiri bahkan sudah melakukan *shooting* dan *fanmeeting* di Indonesia.

Dengan banyaknya penyuka program *Variety Show Running Man* di Indonesia muncul *fanbase* yang terwujud dalam sebuah akun twitter. Akun twitter yang dipilih pada penelitian ini yaitu akun twitter @Rmbdgingonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media pada khalayak yaitu pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program *Variety Show Running Man*.

Teori yang melandasi penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengasumsikan bahwa khalayaklah yang berperan aktif dalam memilih media yang ingin dikonsumsi. Dari teori tersebut muncul variabel motif dan kajian tentang motif pada penelitian ini yaitu menggunakan motif menurut Mc Quail. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei dengan tipe analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif informasi memiliki total skor sebesar 1335, nilai rata-rata 2,67 atau dengan persentase 66,75% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif identitas pribadi memiliki total skor 1682, nilai rata-rata 2,80 atau dengan persentase 70,08% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif integrasi dan interaksi sosial memiliki total skor 1378, nilai rata-rata 2,76 atau dengan persentase 68,9% dan masuk ke dalam kategori tinggi. Motif hiburan memiliki total skor 3023, nilai rata-rata 3,36 dan dengan persentase 83,97% sehingga termasuk ke dalam kategori sangat tinggi.

Kata kunci: Motif, *Variety Show*, *Running Man*