



---

## **PENGARUH MOTIF MENONTON VLOG “MAUDY AYUNDA’S BOOKLIST” TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MEMPEROLEH INFORMASI**

**Gita Juniarti<sup>1)</sup>, Muhammad Akram Mursalim<sup>2)</sup>**

Jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo  
email: [gita@ung.ac.id](mailto:gita@ung.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Technological developments have led to video bloggers, also known as vlogs. Vlogs are not only used to convey information about entertainment, but vlogs also function as educational forums. One of the vlogs with hundreds of thousands of subscribers and millions of viewers is Maudy Ayunda's Booklist vlog. The vlog tells about interesting things from non-fiction books read by Indonesian actress Maudy Ayunda. This study uses the uses and gratifications theory. Based on this theory, this study analyzes gratifications obtained as student motives for watching vlogs towards gratifications sought, namely student satisfaction after watching the vlog. The purpose of this study is not only to analyze the influence of student motives on satisfaction in watching vlogs but also to analyze the magnitude of the influence of these motives on viewing satisfaction. The findings from this study indicate that students' motives for watching vlogs influence viewing satisfaction. This study uses a quantitative approach and analyzes using simple regression. Questionnaires were distributed to 400 students in 10 faculties at Gorontalo State University. The effect is 49.4%, while other variables influence 50.6%. Recommendations are given to future researchers in Communication Studies to analyze vlogs further, starting from entertainment and educational vlogs to other interesting vlogs.*

**Keywords:** Video blogger, Maudy Ayunda's Booklist, Technology, Uses and Gratifications Theory

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi mendorong lahirnya video blogger atau yang dikenal dengan nama vlog. Vlog tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi tentang hiburan saja, tetapi vlog juga memiliki fungsi sebagai wadah edukasi. Salah satu vlog yang memiliki ratusan ribu subscribers dan jutaan viewers adalah vlog Maudy Ayunda's Booklist. Vlog tersebut menceritakan tentang hal-hal menarik dari buku non fiksi yang dibaca oleh salah satu aktris Indonesia, yakni Maudy Ayunda. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications. Dengan menggunakan teori tersebut, maka penelitian ini menganalisis tentang gratifications obtained berupa motif mahasiswa menonton vlog, terhadap gratifications sought, yaitu kepuasan mahasiswa setelah menonton vlog tersebut. Tujuan dari penelitian ini tidak hanya menganalisis tentang

pengaruh motif mahasiswa terhadap kepuasan menonton vlog, tetapi juga menganalisis tentang besarnya pengaruh motif tersebut terhadap kepuasan menonton. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa motif mahasiswa menonton vlog memiliki pengaruh terhadap kepuasan menonton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis menggunakan regresi sederhana. Kuesioner disebarikan kepada 400 mahasiswa di 10 fakultas di Universitas Negeri Gorontalo. Pengaruh tersebut sebesar 49,4%, sedangkan 50,6% dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Rekomendasi diberikan kepada peneliti selanjutnya di rumpun Ilmu Komunikasi untuk menganalisis lebih lanjut mengenai vlog, mulai dari vlog hiburan, edukasi, hingga vlog-vlog lainnya yang menarik untuk dianalisis.

**Kata Kunci:** Video blogger, Maudy Ayunda's Booklist, Teknologi, Teori Uses and Gratifications

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi adalah suatu perangkat yang digunakan seseorang untuk mengolah data, mendapat informasi, dan sebagainya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap lingkungan di masyarakat, serta memberikan dampak yang negatif dan positif pula tergantung bagaimana seseorang menggunakannya begitu pula dengan masyarakat yang berada di lingkungannya (Munti & Syaifuddin, 2020). Perkembangan teknologi merupakan istilah terhadap massa, dimana hampir masyarakat yang sudah kenal dengan internet, tidak bisa hidup tanpa menggunakan teknologi.

Sebagai sumber informasi, kehadiran internet juga menggeser beberapa kebiasaan yang telah dilakukan oleh manusia pada umumnya. Sebagai contoh, teknologi menghadirkan aplikasi seperti Go-Food yang mengubah kebiasaan hidup masyarakat, dari yang mulanya membeli makan ke warung, menjadi menunggu makanan datang ke rumah dengan diantar oleh jasa yang tergabung di GoFood tersebut (Umam dkk., 2022)., sehingga membuat masyarakat mengandalkan aplikasi-aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi tersebut membuat segalanya menjadi lebih praktis (Nurbayti, 2019). Pun dengan mencari informasi, dimana pencarian informasi tidak lagi dilakukan pada kamus atau buku, melainkan pada sistem seperti Google (Alam, 2020).

Hal ini tentunya mendatangkan angin segar berupa hal-hal praktis bagi masyarakat, tak terkecuali masyarakat di Indonesia. Terlebih lagi, Indonesia menempati urutan keempat dalam pengguna internet terbanyak di dunia. Urutan pertama adalah Cina, disusul India, Amerika Serikat, kemudian Indonesia, dimana jumlahnya masih 204,7 juta pengguna (Zulfikar, 2023). Di Indonesia, usia yang paling banyak menggunakan internet di Indonesia adalah usia 19-34 tahun, yaitu sebanyak 3.012 orang dari 7.568 orang (Andarningtyas, 2022). Jumlah pengguna internet pun dinyatakan naik terus menerus, dari tahun ke tahun.

Pengguna internet dapat merasakan dampak-dampak baik, seperti kepraktisan dalam memperoleh informasi. Di sisi lain, kehadiran internet juga berpotensi membawa dampak yang tidak baik. Sebagai contoh, kehadiran chatGPT yang dikendalikan oleh Artificial Intelligence mengurangi daya kerativitas dan daya piker mahasiswa, karena hal itu telah membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas-tugas dan skripsi mereka (Bhayangkara, 2023). Para pengguna internet yang cerdas dapat memanfaatkan

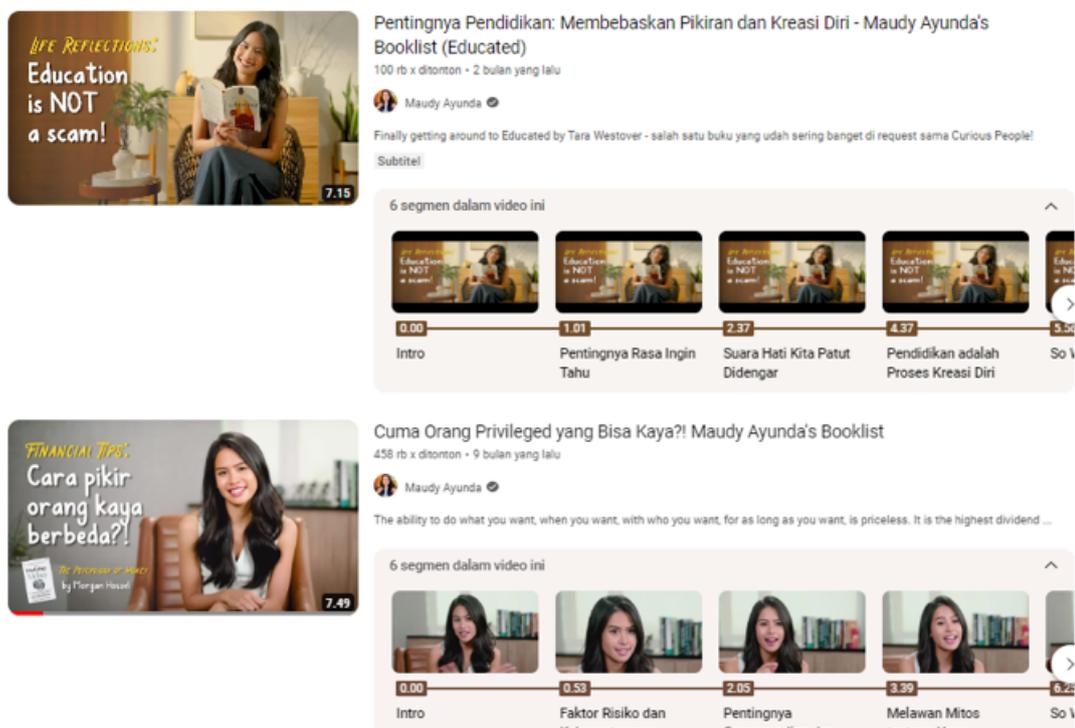
peluang-peluang yang dapat diraih dari menggunakan jaringan internet yang tidak terbatas, seperti mengelola audiobook untuk meningkatkan minat baca (Koniyo dkk., 2023), atau menggunakan internet untuk mendapatkan *network* atau jaringan teman-teman baru dari negara lain (Juniarti, 2021).

Salah satu sisi positif dari menggunakan internet adalah menonton tayangan vlog di Youtube yang memiliki nilai-nilai edukasi. Vlog berbeda dengan video, dimana vlog tidak membutuhkan banyak peralatan seperti video. Dengan menggunakan kamera ponsel pun, seseorang dapat membuat vlog. Selain itu, vlog juga memiliki durasi pendek atau hanya beberapa menit saja, tidak seperti video yang tidak terbatas waktunya. Vlog juga umumnya dipublikasikan melalui *platform* media sosial, seperti Youtube (Schmittauer, 2017).

Untuk menjangkau penonton, dibutuhkan konten yang menarik dan kehadiran *figure* yang tepat di dalam vlog tersebut (Larasati, 2021). Sebagai contoh, untuk vlog yang ditujukan untuk anak-anak sebagai audiens, maka *figure* yang tepat untuk menjelaskan konten-konten di dalam video tersebut adalah *figure* yang memenuhi kebutuhan informasi anak-anak, bagaimana *figure* tersebut menjelaskan sesuai dengan *affective needs* yang mendasar, sehingga informasi-informasi yang disampaikan berhasil diperoleh para penonton dari vlog tersebut (Setyawan & Putra, 2022). *Figure* tersebut umumnya dikenal dengan nama vlogger.

Salah satu tokoh terkenal, Maudy Ayunda, juga membuat vlog yang berjudul "Maudy Ayunda's Booklist". Maudy Ayunda merupakan salah satu aktris dan penyanyi di Indonesia yang menempuh pendidikan di Oxford University dan Stanford University (Sari, 2021). Kegiatan perkuliahan di Oxford dan Stanford, serta mengembangkan program Peduli Pendidikan (BeritaSatu.com, 2019), membuat Maudy Ayunda memiliki *branding* sebagai *figure* terkenal dengan segudang pengalaman di bidang pendidikan. Terlebih lagi, pada vlog tersebut, Maudy Ayunda cenderung membahas tentang buku-buku non-fiksi yang dapat dibaca oleh tiap kalangan.

Berdasarkan observasi pada vlog "Maudy Ayunda's Booklist", terlihat Maudy Ayunda sendiri yang membawakan ringkasan mengenai buku-buku yang dibaca olehnya. Vlog tersebut menceritakan tentang buku-buku yang dibaca oleh Maudy Ayunda sebelumnya. Ia menceritakan tentang buku-buku tersebut, namun tidak seluruhnya untuk membangkitkan rasa penasaran orang-orang yang menonton vlognya. Vlog tersebut terbagi menjadi enam segmen, dimana setiap segmen cenderung menceritakan tentang hal-hal menarik dari buku yang dibahas oleh Maudy Ayunda.



**Gambar 1.** Tampilan dari vlog Maudy Ayunda (Sumber: Vlog Maudy Ayunda's Booklis, diakses pada 30 Mei 2023)

Hal menarik yang dianalisis dari vlog Maudy Ayunda tentang *booklist* tersebut adalah subscribersnya memiliki jumlah yang cukup banyak. Vlog tentang *booklist* tersebut ditonton hingga ratusan ribu, bahkan jutaan pengguna Youtube. Artinya, vlog yang membahas mengenai buku pun, ternyata masih menarik minat untuk ditonton meskipun budaya membaca buku sudah berkurang drastic sejak munculnya teknologi.

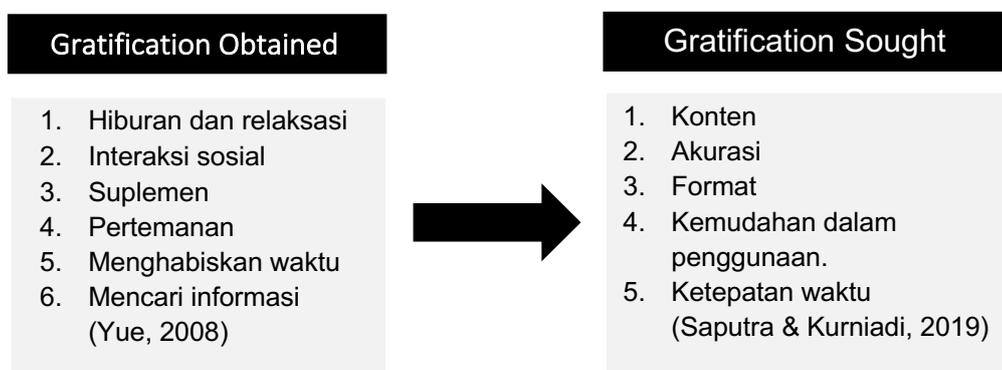
Penelitian ini akan membahas mengenai kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog tersebut. Mahasiswa menjadi objek yang diambil karena kurangnya minat membaca mahasiswa pada saat ini, terutama pada buku-buku non-fiksi (Hermila A, 2023). Kehadiran teknologi juga membuat mahasiswa kurang dalam membaca buku, karena apapun pertanyaannya dapat dijawab oleh mesin pencari Google. Untuk itu, penelitian ini akan menganalisis tentang pengaruh motif menonton vlog "Maudy Ayunda's Booklist" terhadap kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi yang terkandung dalam buku tersebut.

Di dalam penelitian tentang kepuasan terhadap sebuah tayangan, maka di dalamnya terdapat *gratification sought* dan *gratification obtained*. *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh mahasiswa ketika menonton vlog tersebut (Sutanto dkk., 2021). Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur motif dalam menonton vlog tersebut adalah hiburan dan relaksasi, interaksi sosial, suplemen, pertemanan, menghabiskan waktu, dan mencari informasi (Yue, 2008).

Sementara *gratification obtained* memiliki makna sebagai hal-hal khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh oleh para audiens setelah menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist. Hal-hal khusus itu bersifat sangat spesifik terkait tayangan pada vlog tersebut (Dyahningtias & Riyanto, 2020). Hasil dari penelitian terdahulu

menunjukkan bahwa kepuasan yang diinginkan oleh audiens menyangkut pada konten, akurasi, format, kemudahan untuk digunakan, dan ketepatan waktu (Saputra & Kurniadi, 2019). Secara spesifik, konten memiliki pengertian sebagai kualitas data, data yang relevan, melengkapi kelengkapan data, dan kebermanfaatan dari informasi di dalam vlog Maudy Ayunda's Booklist. Kedua, akurasi memiliki pengertian sebagai keutuhan data di dalam vlog tersebut. Format memiliki pengertian sebagai tampilan. Tampilan tersebut mencakup tema, tampilan warna, tata letak, dan sistem informasi dalam vlog tersebut.

Dimensi kemudahan dalam penggunaan juga diukur dalam penelitian ini. Dimensi tersebut memiliki pengertian sebagai kemudahan dalam memperoleh informasi dan kemudahan dalam memahami isi dari vlog tersebut. terakhir yang diukur pada penelitian ini adalah ketepatan waktu (Dyahningtias & Riyanto, 2020; Saputra & Kurniadi, 2019). Ketepatan waktu yang dimaksud berkaitan dengan ketepatan jam tayang vlog tersebut setiap minggu. Sebagai contoh, vlog akan disiarkan pada hari Jumat pukul 10.00 WIB. Ketepatan waktu yang dijabarkan akan menjadi dimensi dalam pengukuran kepuasan mahasiswa ketika menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist.



**Gambar 2.** Kerangka penelitian  
(Sumber: Data hasil olahan peneliti, 2023)

Awalnya, teori *uses and gratification* digunakan untuk menganalisis tayangan-tayangan di televisi, radio, maupun media cetak. Semakin berkembangnya teknologi, tayangan di vlog pun menjadi salah satu objek yang menarik untuk dianalisis. Sebagai contoh, vlog ODGJ di Rian TV Youtube Channel ternyata mampu memuaskan para penonton. Motif para penonton dapat terpenuhi dengan vlog ODGJ Rian TV tersebut (Ariani & Nurmariati, 2022). Dengan demikian, penelitian ini memiliki rumusan masalah berupa pengaruh antara *gratification obtained* terhadap *gratification sought*, dan berapa persen pengaruh tersebut jika variabel independent tersebut mempengaruhi variabel dependen. Rumusan masalah tersebut menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Motif menonton vlog “Maudy Ayunda’s Booklist” tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi mengenai buku.

H<sub>1</sub>: Motif menonton vlog “Maudy Ayunda’s Booklist” memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi mengenai buku.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menganalisis tentang pengaruh motif menonton vlog (*gratification obtained*) terhadap perolehan informasi tentang buku dari vlog tersebut (*gratification sought*). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Negeri Gorontalo yang sudah pernah menonton vlog Maudy Ayunda's Book tersebut. Dari mahasiswa yang diberikan kuesioner dari berbagai fakultas dan jurusan, peneliti memperoleh 400 mahasiswa yang telah menonton vlog Maudy Ayunda's Book. Jawaban dari 400 mahasiswa tersebut menjadi sampel pada penelitian ini.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Setelah data diperoleh, data tersebut akan diolah menggunakan SPSS. Skala yang digunakan adalah likert karena pertanyaan di kuesioner berhubungan dengan pertanyaan responden mengenai tingkat setuju maupun tidak setuju. Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi sederhana karena penelitian ini hanya memiliki dua variabel, yakni variabel independen dan variabel dependen hanya satu, yaitu variabel motif menonton dan variabel kepuasan setelah menonton.

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 di Universitas Negeri Gorontalo (UNG). Penyusunan penelitian dilakukan pada awal Mei 2023, dilanjutkan dengan pembentukan kuesioner, pengujian validitas dan realibilitas pada minggu kedua Mei 2023. Pada minggu ketiga, penyebaran kuesioner dilakukan di 10 fakultas di UNG. Hasil dari kuesioner yang disebar di lapangan diolah dan disajikan dalam bentuk analisis hingga kesimpulan pada minggu keempat.

## HASIL DAN DISKUSI

Sebelum melaksanakan pengambilan data di lapangan, uji validitas dan realibilitas telah dilakukan. Uji validitas dilakukan pada 20 mahasiswa di Universitas Negeri Gorontalo (UNG) terlebih dahulu. Terdapat 27 pertanyaan yang diujikan untuk variabel motif menonton dan 22 pertanyaan yang diujikan untuk variabel kepuasan mahasiswa. Pengujian tersebut dilaksanakan pada 20 mahasiswa dengan level signifikansi 5 persen, sehingga nilai  $r_{tabel}$  product moment sebesar 0,444. Artinya, apabila butir-butir pertanyaan tersebut menemui nilai di bawah 0,444, maka butir pertanyaan tersebut akan dihapus karena tidak valid. Hasil menunjukkan bahwa 20 pertanyaan valid untuk menjadi alat ukur dari variabel motif menonton, dan 18 pertanyaan valid untuk menjadi alat ukur pengujian di variabel kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi tentang buku.

Setelah melakukan uji validitas, maka tahap berikutnya adalah uji realibilitas. Uji tersebut menggunakan rumus Alpha Cronbach. Apabila nilai yang diperoleh di bawah 0,60, maka pertanyaan-pertanyaan di kuesioner tersebut tidak realibel. Hasil dari uji realibilitas melalui alat bantu SPSS, variabel motif menonton memiliki nilai realibilitas sebesar 0,882, sedangkan variabel kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi tentang buku menunjukkan angka 0,697. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan yang akan dianalisis memiliki nilai di atas 0,60, sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut realibel untuk diujikan di lapangan.

Dari 400 kuesioner yang disebar di 10 Fakultas di Universitas Negeri Gorontalo (UNG), responden terbanyak yang mengisi kuesioner berasal dari Fakultas Ilmu Sosial (FIS). Jika dilihat dari angkatan atau tahun penerimaan mahasiswa, angkatan terbanyak

yang mengisi kuesioner adalah angkatan 2020 atau mahasiswa semester enam pada tahun 2023 ini. Untuk jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan daripada laki-laki. Berikut ini penjabaran dari 400 responden yang diminta datanya di lapangan:

**Tabel 1. Kategori responden**

Kategori	Jumlah	Presentase
<b>Jenis kelamin</b>		
Perempuan	286 orang	71%
Laki-laki	114 orang	29%
<b>Angkatan / tahun belajar</b>		
Angkatan 2016	8 orang	2%
Angkatan 2017	12 orang	3%
Angkatan 2018	42 orang	10,25%
Angkatan 2019	97 orang	24%
Angkatan 2020	105 orang	27%
Angkatan 2021	39 orang	9,75%
Angkatan 2022	97 orang	24%
<b>Fakultas</b>		
Fakultas Ilmu Sosial	114 orang	29%
Fakultas Ilmu Pendidikan	98 orang	24%
Fakultas Ekonomi Bisnis	61 orang	15,25%
Fakultas MIPA	52 orang	13%
Fakultas Sastra dan Budaya	49 orang	12,25%
Fakultas lainnya	26 orang	6,5 %

Untuk mengetahui uji regresi yang didapat telah valid, maka penulis melakukan pengujian terhadap kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik. Uji asumsi klasik dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan linearitas. Penelitian ini menggunakan uji normalitas menggunakan *one sample Kolmogorov-Smirnov Test* karena penulis menganalisis dengan regresi sederhana. Berikut ini hasil dari uji normalitas di lapangan:

**Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

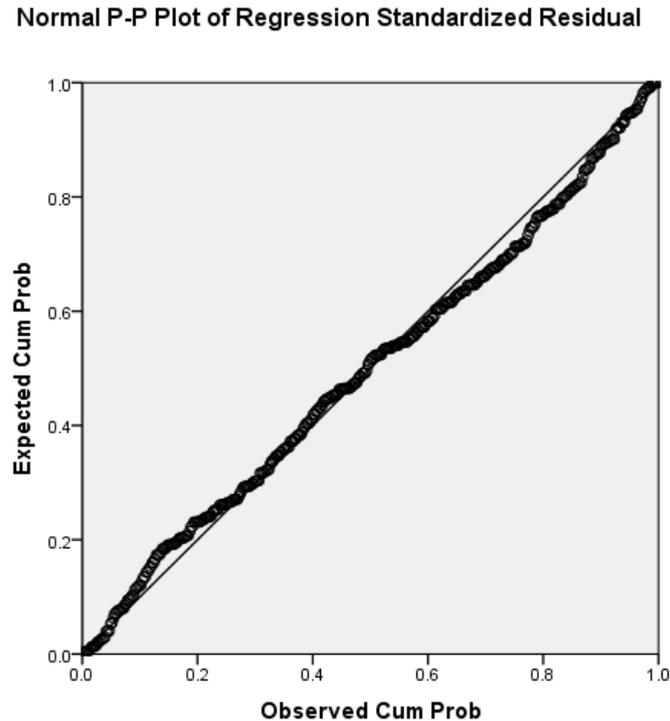
		Unstandardized Residual
N		400
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a</sup> ,	Std. Deviation	6,08652781
<sup>b</sup>		
Most	Absolute	,051
Extreme	Positive	,051
Differences	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		1,017
Asymp. Sig. (2-tailed)		,252

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari data di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi berada pada angka 0,252. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ( $0,252 > 0,05$ ), maka residual tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas kedua menggunakan uji grafik P-Plot untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Data diketahui berdistribusi normal apabila titik-titik terlihat mengikuti garis linier.

**Gambar 3.** Uji normalitas dengan Grafik P-Plot



Hasil dari grafik P-Plot terlihat pada gambar di atas. Grafik tersebut memperlihatkan bahwa titik-titik plotting itu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh sebab itu, pengambilan keputusan dari uji normalitas teknik probability plot tersebut menunjukkan bahwa nilai residual dalam analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini dapat terpenuhi.

Uji linieritas diperlukan untuk mengetahui linier dan tidaknya hubungan antara variabel dependen dan independen. Adapun kaidah yang digunakan untuk mengukur hasil olahan data itu adalah penentuan sebaran normal atau tidaknya adalah jika nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

**Tabel 3. Tabel ANOVA**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan* motif	Between Groups	(Combined)	17589,207	62	283,697	8,229	,000
		Linearity	14425,958	1	14425,958	418,448	,000
	Deviation from Linearity		3163,249	61	51,857	1,504	,130
	Within Groups		11618,033	337	34,475		
	Total		29207,240	399			

Berdasarkan uji linearitas di atas, terlihat bahwa signifikansinya adalah 0,13. Hasil linearitas di atas menunjukkan bahwa variabel motif mahasiswa menonton vlog terhadap kepuasan mahasiswa memiliki skala yang linier. Skala tersebut ditandai dengan nilai  $0,13 > 0,05$ .

**Tabel 4. Tabel Koefisien Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,292	1,856		8,779	,000
Motif	,416	,021	,703	19,709	,000

a. Dependent Variable: kepuasan

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini, uji regresi sederhana dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Pada hasil data yang diperoleh dengan aplikasi pengolahan data SPSS, diketahui bahwa koefisien yang diperoleh adalah 16,292 dan 0,416. Jika dimasukkan pada rumus persamaan regresi, maka akan muncul angka  $16,292 + 0,416x$ . Nilai dari koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel motif mahasiswa menonton vlog berpengaruh positif terhadap kepuasan menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist sehingga persamaan regresinya adalah  $16,292 + 0,416x$ .

Dari persamaan yang diperoleh di atas, maka hipotesis juga dapat diukur dari cara menghitung perbandingan uji t hitung dan t tabel. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah :

1. Jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), maka terdapat pengaruh antara variabel motif menonton vlog dan variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog.
2. Jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ), maka tidak terdapat pengaruh variabel motif menonton vlog dan variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog.

Dari tabel koefisien di atas, terlihat bahwa t hitung memiliki nilai 19,709. Sementara itu, t tabel dapat dihitung dengan rumus  $5\% / 2 = 2,5\%$  (0,025) ;  $df (n-1; 400 - 1 = 399)$ . Dari angka 0,025 ; 399, maka t tabel tersebut berada pada nilai 1,962. Dari angka yang diperoleh tersebut, maka t hitung (19,709) > t tabel (1,962) dan penulis dapat menarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, yaitu terdapat pengaruh antara motif menonton vlog dan variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel motif menonton vlog dan variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog, maka penulis berpedoman pada nilai R square atau  $R^2$  yang diolah berdasarkan hasil dari SPSS. Berikut hasil dari *output* tersebut:

**Tabel 5.** Nilai R dan R Square

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 <sup>a</sup>	.494	.493	6,09417

a. Predictors: (Constant), motif

Dari data di atas, terlihat bahwa R square sebesar 0,494. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh dari variabel motif menonton vlog dan variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog sebesar 49,4%. Maka, 50,6% kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka, berdasarkan analisis dari data-data di atas, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Terdapat pengaruh antara variabel motif menonton vlog terhadap variabel kepuasan mahasiswa dalam menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist. Pengaruh variabel tersebut sebesar 49,4%.

Dimensi dari motif mahasiswa ketika menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist adalah untuk hiburan dan relaksasi, interaksi sosial, suplemen, pertemanan, menghabiskan waktu, dan mencari informasi. Vlog merupakan sebuah inovasi dari video yang sebelumnya sudah pernah populer sebagai media hiburan dan relaksasi, interaksi sosial, menghabiskan waktu, dan mencari informasi. Vlog tidak hanya digunakan sebagai sarana seperti yang disebutkan di atas, tetapi juga sebagai media pembelajaran bagi kalangan siswa dan mahasiswa. Vlog terbukti membuat siswa dan mahasiswa merasa efektif dalam perihal pembelajaran. Kegiatan belajar pun terasa menyenangkan

sehingga meningkatkan minat belajar (Priana, 2017). Selain vlog, sarana seperti audiobook yang dipublikasikan di Youtube juga membuat kegiatan membaca menjadi menyenangkan, bahkan audiobook juga dapat menjadi media pembelajaran alternatif di era teknologi pada saat ini (Anwas, 2015; Koniyo dkk., 2023).

Hasil dari penelitian di atas menunjukkan bahwa mahasiswa di UNG memiliki kepuasan sebesar 49,4% terkait vlog Maudy Ayunda's Booklist. Mengingat bahwa minat baca terhadap buku non fiksi pada mahasiswa UNG masih termasuk rendah (Hermila A, 2023; Koniyo dkk., 2023), maka vlog dapat menjadi salah satu jalan keluar atau alternatif untuk meningkatkan minat baca buku non fiksi. Berdasarkan hasil observasi dari konten-konten Maudy Ayunda's Booklist, Maudy Ayunda tidak menceritakan secara detail tentang isi dari buku yang dipresentasikan olehnya melalui media Youtube dalam bentuk vlog. Alumni Oxford dan Stanford tersebut mendeskripsikan tentang hal-hal menarik dari buku yang dibacanya, dan ceritanya dapat membuat audiens merasa penasaran sehingga tertarik ingin membaca buku tersebut.

Terlebih lagi, *viewers* yang menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist menembus angka ratusan ribu, bahkan hingga jutaan. Hal ini menunjukkan bahwa Maudy Ayunda selaku *public figure* dapat mempresentasikan buku yang dibacanya dengan baik dan dapat menarik perhatian para audiens. Profile dari Maudy Ayunda dapat menjadi salah satu variabel yang dapat dianalisis ke depannya, dimana profile tersebut dapat mempengaruhi kepuasan audiens ketika menonton vlog Maudy Ayunda's Booklist. Penelitian terdahulu lainnya juga menunjukkan bahwa variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan audiens dalam mendengarkan radio *streaming* adalah identitas personal dari penyiar radio tersebut (Jati & Herlina, 2013).

Variabel-variabel tersebut dapat diujikan pada penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat dilakukan uji coba pada vlog lain yang berkaitan dengan edukasi selain vlog milik Maudy Ayunda. Vlog edukasi yang populer di kalangan mahasiswa antara lain Satu Persen, TED Talks, AsapSCIENCE, dan Hipotesa (Zulfikar, 2022). Vlog edukasi pun perlu untuk melaksanakan evaluasi (Annas, 2020), salah satunya melalui hasil riset untuk mengupayakan kemajuan dari vlog-vlog tersebut untuk kemajuan pendidikan di Indonesia, terlebih lagi pada generasi-generasi muda yang akrab dengan teknologi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa motif menonton vlog "Maudy Ayunda's Booklist" memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam memperoleh informasi dari vlog tersebut. Dimensi yang mempengaruhi tersebut antara lain audiens melihat vlog sebagai wadah hiburan dan relaksasi, interaksi sosial, suplemen, pertemanan, penghabisan waktu, dan tempat untuk mencari informasi. Pengaruh tersebut sebesar 49,4%, sedangkan 50,6% kepuasan penonton dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Saran untuk penelitian ini ditujukan kepada para peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan vlog sebagai salah satu objek penelitian dalam rumpun Ilmu Komunikasi, terutama penelitian mengenai media baru dan teknologi. Selain itu, vlog yang dapat dianalisis tidak hanya vlog edukasi, tetapi juga vlog-vlog lainnya. Vlog yang dianalisis tidak hanya vlog yang viral atau milik seseorang yang terkenal, tetapi juga vlog-vlog lain yang menarik untuk dianalisis dengan menggunakan teori *uses and*

gratifications, serta teori-teori komunikasi lainnya yang relevan untuk digunakan dalam menganalisis masalah tersebut.

## REFERENSI

- Alam, A. (2020). GOOGLE TRANSLATE SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA PENERJEMAHAN TEKS BAHASA ASING KE DALAM BAHASA INDONESIA. *Jurnal Instruksional*, 1(2), 159–163.
- Andarningtyas, N. (2022, Juni 10). *Pengguna internet Indonesia naik dari tahun ke tahun*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2930745/pengguna-internet-indonesia-naik-dari-tahun-ke-tahun>
- Annas, A. (2020). Pemanfaatan “Vlog” Sebagai Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Maharah Kalam bagi Mahasiswa IAIN Kudus. *Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 12(2), 123–137.
- Anwas, O. M. (2015). Audiobook: Media Pembelajaran Masyarakat Modern. *Jurnal Teknodik*, 54–62. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v18i1.111>
- Ariani, S. A., & Nurmariati, A. H. (2022). Motif Subscriber Menonton Vlog Odg di Rian Tv youtube Channel Terhadap Kepuasan Menonton. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.33376/is.v4i1.1365>
- BeritaSatu.com. (2019, Januari 19). *Maudy Ayunda Kembangkan Program Peduli Pendidikan*. [beritasatu.com. https://www.beritasatu.com/hiburan/533564/maudy-ayunda-kembangkan-program-peduli-pendidikan](https://www.beritasatu.com/hiburan/533564/maudy-ayunda-kembangkan-program-peduli-pendidikan)
- Bhayangkara, C. S. (2023, Januari 28). *Panduan Cara Pakai ChatGPT OpenAI, Bisa untuk Bikin Skripsi?* [suara.com. https://www.suara.com/news/2023/01/28/175409/panduan-cara-pakai-chatgpt-openai-bisa-untuk-bikin-skripsi](https://www.suara.com/news/2023/01/28/175409/panduan-cara-pakai-chatgpt-openai-bisa-untuk-bikin-skripsi)
- Dyahningtias, K., & Riyanto. (2020). Pengaruh Motif Menonton Video Animasi Ruangguru terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Pembelajaran. *Prosiding Jurnalistik*, 6, 2. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27184>
- Hermila A, H. (2023). Jurnal Minat Membaca Buku Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Jurusan Tehnik Informatika UNG). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.35326/medialog.v6i1.3169>
- Jati, R. P., & Herlina, M. (2013). Hubungan Antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di Pt. MNC Skyvision Jakarta. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, 2(1), 589=602.
- Juniarti, G. (2021). PERTUKARAN SOSIAL ANTARA DUA INDIVIDU DENGAN APLIKASI COUCHSURFING SEBAGAI PERANTARA. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(1), 51–76. <https://doi.org/10.33369/jsn.7.1.51-76>
- Koniyo, R., Juniarti, G., & Damity, F. (2023). Wujud Determinisme Teknologi dalam Audiobook untuk Meningkatkan Minat Baca. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i1.7869>
- Larasati, P. K. P. (2021). EFEKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM STRATEGI PROMOSI DI ERA DIGITAL. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 126–133.
- Munti, N. Y. S., & Syaifuddin, D. A. (2020). Analisa Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(2), 99–105.

- Nurbayti. (2019). Tren Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 1(1), 1–10.
- Priana, R. Y. S. (2017). Pemanfaatan Vlog sebagai Media Pembelajaran Terintegrasi Teknologi Informasi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*. Konferensi FKIP Untirta 2017, Serang, Banten.
- Saputra, A., & Kurniadi, D. (2019). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI E-CAMPUS DI IAIN BUKITTINGGI MENGGUNAKAN METODE EUCS. *Voteteknika: Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika*, 7(3), 58–66. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i3.105157>
- Sari, R. P. (2021, Juni 10). *Riwayat Pendidikan Maudy Ayunda, Lulus dari Dua Universitas Terbaik Dunia*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/06/10/120020866/riwayat-pendidikan-maudy-ayunda-lulus-dari-dua-universitas-terbaik-dunia>
- Schmittauer, A. (2017). *Vlog Like A Boss: How to Kill It Online with Video Blogging*. Author Academy Elite.
- Setyawan, S., & Putra, R. A. (2022). Motivasi Subscriber dalam Menonton Channel Youtube Gadgetin. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 123–128.
- Sutanto, C. M., Aritonang, A. I., & Wijayanti, C. A. (2021). Motif Dan Kepuasan Subscribers Dalam Menonton YouTube Channel Korea Reomit. *JURNAL-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA*, 0(1), 1–12.
- Umam, A. F., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2022). ANALISIS PERAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PERILAKU KONSUMEN STUDI PADA MERCHANT PARJO SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 238–243.
- Yue, Z. (2008). *Gratifications-sought, Audience Activities and the Displacement Effect of YouTube*. The Chinese University of Hong Kong.
- Zulfikar, F. (2022, Juni 13). *6 Kanal Youtube Berisi Video Edukasi untuk Mahasiswa, Sudah Subscribe?* detikedu. <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-6124645/6-kanal-youtube-berisi-video-edukasi-untuk-mahasiswa-sudah-subscribe>
- Zulfikar, F. (2023, Januari 6). *10 Negara dengan Pengguna Internet Tertinggi di Dunia, Indonesia Nomor Berapa?* detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6502474/10-negara-dengan-pengguna-internet-tertinggi-di-dunia-indonesia-nomor-berapa>