

## ABSTRAK

### TINGKAT PEMENUHAN KEBUTUHAN DASAR GENERASI Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI TEORI ABRAHAM MASLOW

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Individu Kelahiran 1995-2003)

Theresia Lerina Labdhawaridewi

Universitas Sanata Dharma

2022

Permasalahan penelitian ini adalah: 1) Kebutuhan dasar apa saja yang ingin diungkapkan melalui media sosial bagi generasi Z?; 2) Kebutuhan dasar apa yang memiliki nilai presentase paling tinggi?. Tujuan Penelitian Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk: 1) Mengetahui kebutuhan generasi Z pengguna media sosial; 2) Mengetahui kebutuhan apa yang memiliki nilai presentase tertinggi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode survey. Subjek penelitian merupakan mahasiswa dan pekerja berusia 18-27 tahun. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan menyebarkan angket kepada subjek penelitian pengguna media sosial. Instrumen penelitian berupa kuisioner yang mengungkapkan kebutuhan dasar generasi Z pengguna media sosial. Data dianalisis berdasarkan kriteria kategorisasi. Pengelompokan disusun berdasarkan distribusi normal dengan lima jenjang, yaitu: sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan dihargai mendapatkan hasil tertinggi (29.41%). Kemudian diikuti kebutuhan dicintai (25.53%), kebutuhan akan aktualisasi diri (20.59%), kebutuhan rasa aman (14.71%), dan yang terakhir kebutuhan fisiologis (11.76%). Selain itu dalam penelitian ini juga menunjukkan 12 subjek (18.46%) memiliki tingkat frekuensi yang sangat tinggi menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. 31 subjek (47.69%) memiliki tingkat frekuensi yang tinggi menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. 18 subjek (27.69%) memiliki tingkat frekuensi yang sedang menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. 3 subjek (4.62%) memiliki tingkat frekuensi yang rendah menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. 1 subjek (1.54%) memiliki tingkat frekuensi yang sangat rendah menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Kebutuhan dasar merupakan unsur-unsur yang harus dipenuhi manusia agar mampu berfungsi secara utuh.

Kata Kunci : Kebutuhan Dasar, Generasi Z, Media Sosial

## ABSTRACT

### **BASIC NEEDS FULFILLMENT LEVEL OF GENERATION Z SOCIAL MEDIA USERS USING ABRAHAM MASLOW'S THEORY**

(A Descriptive-Qualitative Study on Individuals Born Between 1995-2003)

Theresia Lerina Labdhawaridewi

Sanata Dharma University

2022

The formulated problems in this study are 1) What are Generation Z's basic needs which want to be expressed through social media?; 2) What basic needs have the highest percentage value?. These problems are formulated to reach two aims which are: 1) To understand the needs of Generation Z social media users; 2) To understand the needs which have the highest percentage value.

This study is a descriptive study with a survey method. The research subjects are university students and workers aged 18-27 years old. The sampling technique used is simple random sampling by distributing questionnaires to the research subjects of social media users. The research instrument is a questionnaire that reveals the basic needs of Generation Z social media users. Data were analyzed based on categorization criteria. The groupings are based on a normal distribution with five levels, namely: very high, high, medium, low, and very low.

The results of this study show that the esteem needs get the highest result (29.41%). Then, it is followed by love and belonging needs (25.53%), self-actualization needs (20.59%), safety needs (14.71%), and the last physiological needs (11.76%). Besides, this study also shows that 12 subjects (18.46%) have a very high frequency of using social media to fulfill their basic needs. 31 subjects (47.69%) had a high frequency of using social media to fulfill their basic needs. 18 subjects (27.69%) had a moderate level of frequency of using social media to fulfill their basic needs. 3 subjects (4.62%) had a low frequency of using social media to fulfill their basic needs. 1 subject (1.54%) has a very low frequency of using social media to fulfill their basic needs. Basic needs are elements that must be met by humans to be able to function as a whole.

Keywords: Basic needs, Generation Z, Social Media