

ANALISIS KEPUASAN AUDIENS NARASI TV
(Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh
SALWA
19321139

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2023

ANALISIS KEPUASAN AUDIENS NARASI TV
(Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh
SALWA
19321139

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2023

Lembar Persetujuan

SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN AUDIENS NARASI TV

(Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)



Disusun oleh

SALWA

19321139

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan
dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 7 September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

Puji Rianto, S.IP..MA

NIDN 0503057601

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN AUDIENS NARASI TV
(Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)**

Disusun oleh

SALWA

19321139

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 18 September 2023

Dewan Penguji:

1. Ketua: Puji Rianto, S.IP.,MA
NIDN 0503057601

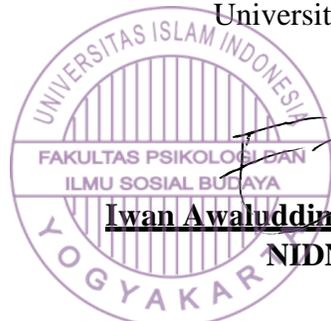
(.....)

2. Anggota: Dr. Subhan Afifi, S.Sos.,M.Si
NIDN 0528097401

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D

NIDN 0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salwa
Nomor Mahasiswa : 19321139

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Dalam proses penyusunan laporan penelitian skripsi dan selama melaksanakan penelitian ini saya tidak melakukan perbuatan ataupun tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, semacam penjiplakan, penyusunan skripsi yang dilakukan oleh orang lain, ataupun bentuk pelanggaran lain yang tidak sesuai dengan etika akademik yang telah dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Sebab itu, skripsi yang telah disusun ini bukan karya jilpakan ataupun karya dari orang lain, namun skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang dapat meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya yang merupakan jiplakan ataupun karya orang lain, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis yang telah ditetapkan oleh Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Salwa

NIM 19321139

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

**“Hidup mungkin tidak sesuai dengan rencanamu,
Yakinlah rencana Allah terbaik di waktu yang tepat”**

Persembahan:

Karya ini dipersembahkan kepada:

1. Untuk diri sendiri dengan segala usaha yang telah dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir ini yang prosesnya tidak mudah. Peneliti berharap semoga perjuangannya bisa membuahkan hasil yang baik.
2. Kedua orang tua peneliti, terima kasih selalu mendoakan, memotivasi, memberikan dukungan, kepeduliannya, perjuangannya yang tidak ada lelahnya. Terima kasih selalu yakin bahwa peneliti bisa menyelesaikan dan menghadapi semua proses ini.
3. Saudara-saudara peneliti, kakek dan nenek, serta keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih atau doa dan dukungannya selalu
4. Dosen Pembimbing Skripsi bapak Puji Rianto, S.IP.,MA terima kasih atas bimbingannya selama ini
5. Seluruh sahabat dan teman-teman yang senantiasa selalu memberikan semangat, motivasi, dan kepeduliannya kepada penulis

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa penulis panjatkan dan yang senantiasa telah memberikan segala karunia dan rahmat-Nya. Alhamdulillah skripsi/tugas akhir dengan yang berjudul “Analisis Kepuasan Audiens Narasi TV (Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)” ini dapat terselesaikan. Alhamdulillah berkat ridho-Nya skripsi ini bisa selesai dalam kurun waktu sesuai dengan target. Proses penyelesaian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan dan telah melalui proses yang begitu panjang. Semoga dengan adanya skripsi ini bisa menjadi sebuah manfaat bagi peneliti dan dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh banyak orang. Shalawat dan salam selalu dapat kita tujukan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam. Besar harapan agar kita semua menjadi bagian dari orang yang beruntung memperoleh syafaat beliau. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai upaya untuk dapat menyelesaikan program sarjana Ilmu Komunikasi pada FPSB UII. Dukungan, motivasi, dan pastinya doa yang ditujukan untuk penulis oleh berbagai pihak tentu sangat berarti bagi penulis. Dengan ini, ucapan terima kasih sebesar-besarnya akan penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Puji Rianto, S.IP.,MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi, beliau sangat berjasa bagi penulis dengan arahan dan bimbingannya penelitian ini dapat terselesaikan, dan telah banyak meluangkan waktunya bagi peneliti
3. Bapak Dr. Subhan Afifi, S.Sos.,M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi, telah meluangkan waktu untuk bersedia menjadi dosen penguji dan banyak memberikan masukan yang bermanfaat bagi peneliti
4. Seluruh Dosen dan staf FPSB UII yang sudah mengizinkan untuk pengambilan data untuk kebutuhan penelitian ini sehingga penelitian dapat terus berjalan dan dapat diselesaikan
5. Seluruh mahasiswa FPSB UII yang sudah bersedia berpartisipasi untuk kepentingan penelitian

6. Orang tua saya tersayang, kakek dan nenek saya tercinta, saudara, dan seluruh keluarga besar yang tidak pernah bosan untuk memberikan semangat, dorongan, dan tidak pernah putus mendoakan penulis
7. Seluruh teman-teman penulis yang terus membagikan semangat dan juga dukungan selama proses menyelesaikan skripsi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Penelitian Terdahulu	7
2. Kerangka Teoritik	9
F. Kerangka Konsep	12
G. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	13
2. Definisi operasional.....	15
H. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3. Populasi, Sampel, dan Teknik sampling	19
4. Jenis Data	22
5. Pengumpulan Data	22
6. Pengolahan dan Analisis Data.....	23
BAB II	29

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	29
A. Profil Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya	29
B. Profil Narasi TV.....	32
BAB III.....	34
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Deskripsi Responden	34
1. Jumlah responden berdasarkan kategori jenis kelamin.....	34
2. Jumlah responden berdasarkan kategori usia.....	35
3. Jumlah responden berdasarkan frekuensi menonton.....	35
4. Jumlah responden berdasarkan Program Studi	36
B. Variabel Kepuasan Audiens.....	37
1. Dimensi kepuasan informasi	37
2. Dimensi Kepuasan Hiburan	40
3. Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi	43
4. Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	46
C. Uji Kualitas Data	48
1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	48
D. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan.....	53
1. Dimensi Kepuasan Informasi	53
2. Dimensi Kepuasan Hiburan	57
3. Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi	60
4. Dimensi Kepuasan Interaksi Sosial.....	63
E. Pembahasan	66
BAB IV.....	71
PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 YouTube Channel Narasi.....	5
Gambar 1. 3 Kerangka Konsep penelitian.....	12
Gambar 2. 1 Grafik Jumlah Mahasiswa FPSB UII 5 Tahun Terakhir	31
Gambar 2. 2 Logo Narasi.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa FPSB UII 2020.....	20
Tabel 1. 2 Skala Likert.....	26
Tabel 1. 3 Range Skala Tingkat Kepuasan	27
Tabel 3. 1 Jenis Kelamin	34
Tabel 3. 2 Usia.....	35
Tabel 3. 3 Total Menonton.....	35
Tabel 3. 4 Program Studi.....	36
Tabel 3. 5 Respon Responden terhadap Kepuasan Informasi	37
Tabel 3. 6 Respon Responden terhadap Kepuasan Hiburan	41
Tabel 3. 7 Respon Responden terhadap Kepuasan Identitas Pribadi	44
Tabel 3. 8 Respon Responden terhadap Kepuasan Interaksi Sosial.....	46
Tabel 3. 9 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Informasi.....	49
Tabel 3. 10 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Hiburan	50
Tabel 3.11 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi.....	51
Tabel 3.12 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial	51
Tabel 3.13 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Informasi	52
Tabel 3.14 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Hiburan	52
Tabel 3. 15 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi.....	52
Tabel 3. 16 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial	53
Tabel 3. 17 Kepuasan pada dimensi informasi	54
Tabel 3.18 Kepuasan pada dimensi hiburan.....	57
Tabel 3. 19 Kepuasan pada dimensi identitas pribadi	60
Tabel 3.20 Kepuasan pada dimensi interaksi sosial	63
Tabel 3.21 Jumlah rata-rata skor persentase	65

ABSTRAK

Salwa. 19321139. Analisis Kepuasan Audiens Narasi TV (Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia 2019.

Pesatnya perkembangan teknologi digital, menghadirkan *new media* atau media baru yang sering kita sebut sebagai internet. Berbagai alternatif baru telah dihadirkan oleh perkembangan teknologi komunikasi, khususnya jaringan komunikasi yaitu internet. Dunia komunikasi berkembang sangat pesat guna memenuhi kebutuhan manusia dalam memenuhi kepuasannya. Terdapat 204,7 juta rakyat Indonesia yang merupakan pemakai media internet. Persebaran virus covid-19 yang sangat pesat, menjadi salah satu penyebab adanya perubahan sikap dari pengguna dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Media sosial, banyak dimanfaatkan oleh generasi muda atau Gen Z atau yang disebut sebagai generasi internet. Media sosial *YouTube* kini merupakan media sosial yang memiliki banyak peminat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII 2020 terhadap *YouTube Channel Narasi*. Metode kuantitatif menjadi cara yang dimanfaatkan dalam penelitian ini, dengan teknik sampling accidental sampling. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 90 mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 yang pernah menyaksikan *Narasi*. Teori yang digunakan yaitu Uses and Gratifications dengan keempat dimensi kepuasan yaitu, informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Hasil akhir pada penelitian menggambarkan kepuasan yang didapatkan oleh reponden berdasarkan empat dimensi kepuasan diperoleh hasil rata-rata sebesar 79,6% masuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Urutan tingkat kepuasan yang pertama yaitu informasi sebesar 84,1%, kemudian identitas pribadi sebesar 83,1, kemudian interaksi sosial sebesar 80,5%, dan terakhir hiburan sebesar 70,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasannya dapat terpenuhi.

Kata Kunci: Uses and Gratification, kepuasan, Narasi TV

ABSTRACT

Salwa. 19321139. Analysis of Narasi TV Audience Satisfaction (Survey of FPSB UII students class of 2020). Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Indonesian Islamic University 2019.

The rapid development of digital technology has brought about new media or new media which we often refer to as the internet. Various new alternatives have been presented by the development of communication technology, especially communication networks, namely the internet. The world of communication is developing very rapidly to meet human needs in fulfilling their satisfaction. There are 204.7 million Indonesian people who are internet media users. The very rapid spread of the Covid-19 virus is one of the causes of changes in users' attitudes towards using and utilizing media. Social media is widely used by the younger generation or Gen Z or what is known as the internet generation. YouTube social media is now a social media that has many fans in Indonesia. This research aims to find out the level of satisfaction of FPSB UII 2020 students with YouTube Channel Narasi. The quantitative method is the method used in this research, with an accidental sampling technique. The respondents who participated in this research were 90 FPSB UII students class of 2020 who had watched Narasi. The theory used is Uses and Gratifications with four dimensions of satisfaction, namely, information, entertainment, personal identity and social interaction. The final results of the research describe the satisfaction obtained by respondents based on the four dimensions of satisfaction, with an average result of 79.6%, which is in the very satisfied category based on the Likert scale. The first order of satisfaction level is information at 84.1%, then personal identity at 83.1, then social interaction at 80.5%, and finally entertainment at 70.8%. This shows that satisfaction can be fulfilled.

Keywords: Uses and Gratification, satisfaction, *Narasi TV*

BAB I

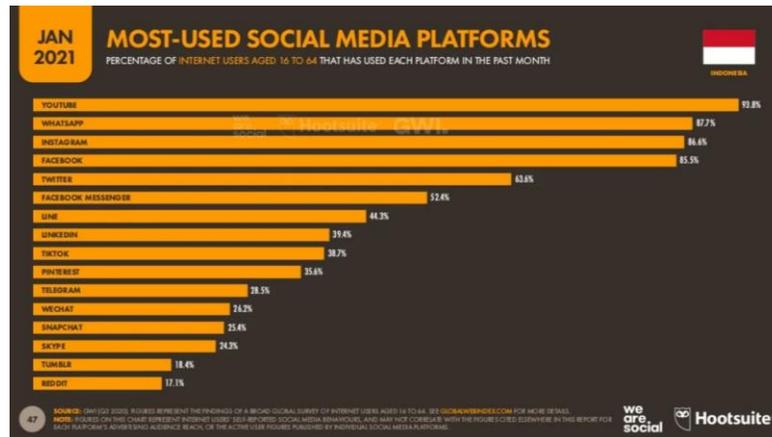
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital yang sangat cepat, menghadirkan *new media* atau media baru yang sering kita sebut sebagai internet. Hadirnya *new media* dengan berbagai kelebihan yang dimiliki berbeda dengan media lama atau media konvensional. Berbagai alternatif baru telah dihadirkan oleh perkembangan teknologi komunikasi, khususnya jaringan komunikasi yaitu internet. Dunia komunikasi berkembang sangat pesat guna memenuhi kebutuhan manusia dalam memenuhi kepuasannya. Pergeseran ini membentuk perubahan gaya hidup masyarakat yang kini banyak memanfaatkan media massa khususnya internet. Menurut laporan dari *We Are Sosial* (Januari, 2022) menunjukkan data bahwa ada sekitar 204,7 juta manusia di Indonesia yang memakai Internet. Terus terjadi peningkatan jumlah orang yang memakai dan memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-harinya di Indonesia pada rentan waktu lima tahun terakhir (We are Social, 2022).

Dengan berkembangnya internet, muncul berbagai platform media digital. *YouTube* telah menarik penonton dari berbagai belahan bumi, hal ini membuktikan perkembangan *new media* yang sangat pesat. Kepopuleran *YouTube* menyebar hingga Indonesia. Berdasarkan data dari *Dataeportal* pada awal tahun 2022, terdapat sekitar 139,0 juta pengguna *YouTube* di Indonesia. *YouTube* berada pada urutan pertama dengan 93,8% dalam kategori pengguna media sosial platform tertinggi. Berdasarkan data statistic yang tercatat, bisa disimpulkan bahwa media konvensional seperti televisi dan koran bukan lagi menjadi media utama dalam pemenuhan informasi bagi masyarakat di era ini. (Kemp, 2022).

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia



Sumber gambar: Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report

Banyak *creator* telah berusaha untuk menghasilkan ide pemrograman yang lebih kreatif dan inovatif. Berbagai konten disajikan dalam *YouTube* membuktikan bahwa minat audiens sangat tinggi untuk memberikan dan mendapatkan informasi. Kemudahan yang ditawarkan oleh *YouTube* juga menjadi salah satu penarik audiens, seperti audiens bisa memilih lalu menyaksikan konten video sesuai dengan kebutuhan dan dapat diputar secara berulang-ulang. Konten-konten disajikan dan dikemas dengan menarik sehingga dapat diminati oleh audiens, konten yang banyak diminati, yaitu video berita, vlog, video hiburan, video game, dll. Salah satu kelebihan dari *YouTube* yaitu dapat menonton berbagai tayangan acara pada televisi yang pada umumnya hanya dapat ditayangkan di televisi, kini hadir di *YouTube*. Dengan menonton berbagai konten di *YouTube* dapat memberikan informasi dalam bentuk video-video. Oleh karena itu, *YouTube* dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, seperti untuk media pembelajaran, mencari informasi, hiburan, dan lainnya.

Pada zaman disrupsi saat ini berdampak pada pergeseran perilaku masyarakat dalam mengakses media konvensional seperti televisi. Saat ini televisi mengalami penurunan minat dari masyarakat, masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan smartphone. Sehingga waktu menonton televisi berkurang, hal ini terjadi dikarenakan dengan smartphone dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

Dengan kemunculan dan persebaran virus covid-19 yang sangat pesat, menjadi salah satu penyebab adanya perubahan sikap dari pengguna dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Menurut Nielsen, dengan peraturan masyarakat harus tetap berada didalam rumah, hal ini menjadi salah satu upaya pencegahan penyebaran virus ini. Dengan banyaknya waktu yang dimiliki oleh masyarakat saat berada didalam rumah, melakukan streaming video online seperti menyaksikan YouTube menjadi pilihan. Dalam sebuah penelitian yang telah dilakukan pada saat terjadinya Covid 19 di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat berperan aktif dalam memilih informasi dan media sesuai dengan kebutuhan. Karena keadaan pandemilah yang mendorong pada saat pandemi media sosial banyak dimanfaatkan untuk bisa memperoleh berbagai kebutuhan informasi. (Rianto, Afifi, & Hariyanti, 2023)

Berbagai aplikasi digital seperti media sosial, banyak dimanfaatkan oleh generasi muda atau Gen Z. Gen Z terdiri oleh kelahiran 1997 – 2012 dengan rentan usia saat ini sekitar 11-26. Generasi inilah yang sering disebut sebagai generasi internet. Kelahiran generasi ini ada pada saat sudah adanya teknologi, sehingga generasi inilah yang lebih melek akan teknologi. Adapun dampak positif dan negatifnya, dampak positifnya yaitu kreatif, mudah mengetahui keadaan sesama, ekspresif. Meski demikian adapun dampak negatifnya seperti kecanduan, susah bersosialisasi, dan juga kurangnya kepedulian terhadap sekitar. Hal inilah yang mendasari penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020

Penggunaan suatu media dapat menimbulkan efek kepuasan yang berbeda bagi para audiens. Ketika menggunakan media, pengguna memiliki ambisi (secara factor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka butuhkan dari media yang digunakan. Dalam penggunaan media, pengguna tidak melihat pilihan media yang digunakan untuk kebutuhannya tetapi cenderung melihat mengapa pengguna memilih media yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan banyaknya pilihan fasilitas media yang dapat dipilih oleh pengguna untuk kebutuhannya, sehingga muncul pemilihan media berdasarkan kebutuhan setiap pengguna. (Whiting, 2013)

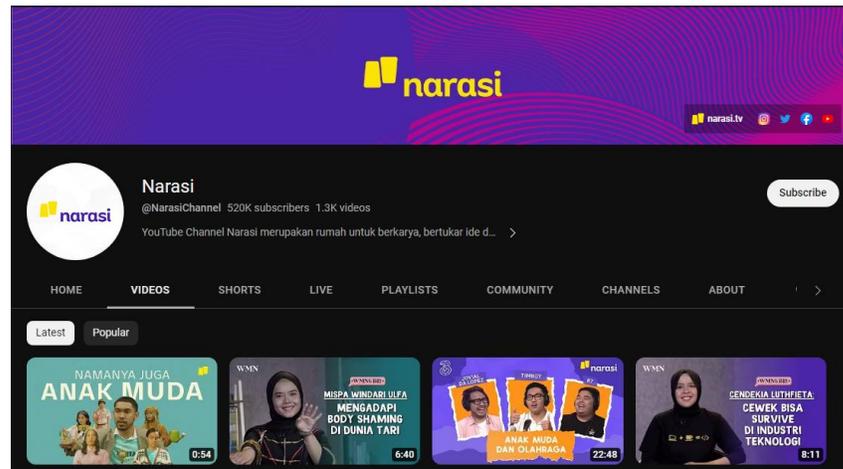
Pada zaman disrupsi saat ini berdampak pada pergeseran perilaku masyarakat dalam mengakses media konvensional seperti televisi. Saat ini televisi mengalami

penurunan minat dari masyarakat, masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan smartphone. Sehingga waktu menonton televisi berkurang, hal ini terjadi dikarenakan dengan smartphone dapat diakses dimanapun dan kapanpun. (Setiadi, Afifi, & Suparno, 2021) Salah satu *StartUp Television* yang berada di Indonesia adalah *Narasi TV* (Kencana & Djamal, 2021). Dirilis oleh Marketeers, *Narasi TV* didirikan pada 2017 dan diinisiasi oleh Najwa Shihab sebagai *founder* bersama dengan *co-founder* lain. Tayangan yang disajikan oleh *Narasi TV* seperti Catatan Najwa dan Mata Najwa yang di bawakan oleh Najwa Shihab menjadikan *channel* ini sangat informative. Menayangkan berbagai informasi yang ada khususnya mengangkat berbagai tema dan isu sosial yang ada di Indonesia. Najwa Shihab menjadi seorang pemilik media yang berkuasa dengan namanya yang sudah dikenal oleh masyarakat. Konten program pada *channel YouTube Narasi TV* mengangkat konsep program televisi yang kemudian disesuaikan dengan media pada platform digital seperti *YouTube*. Audiens dari *channel YouTube Narasi TV* memiliki jumlah yang relative banyak dan video-video sering menjadi *trending* di *YouTube*. (Bachdar, 2018)

Narasi Channel saat ini telah memiliki jumlah *subscriber* yang banyak, *channel* ini telah berhasil memperoleh pengikut sekitar 520 ribu *subscriber*. Pada tiap videonya telah disaksikan oleh ribuan audiens. Dengan menyajikan konten yang informative, menjadi kekuatan dan daya tarik bagi generasi muda Indonesia. Target audiens dari *channel* ini adalah generasi muda dengan usia 18-34 tahun, dengan didukung oleh data menjadi salah satu *startup* media yang banyak dipercaya oleh generasi muda dengan sikap aktif pada dunia digital. *Narasi TV* muncul dengan tujuan menciptakan program yang berdampak, berkualitas tinggi, tetapi tetap menarik minat audiens ditengah berbagai konten “provokatif”. Dengan harapan konten berkualitas dapat mendominasi pasar “*good quality content still works*” papar Najwa Shihab (Bachdar, 2018).

Kreatifitas terus dikembangkan dengan berbagai konten yang disajikan oleh *Narasi TV*, tidak hanya konten politik namun juga terdapat program Digital Talks, Mata Najwa, Career Hacks, Di Mata Perempuan, WMN, Kreator 4.0, Persiapan Digital, Buka Buku, Duo Budjang, dll. Sajian konten ditayangkan diwaktu-waktu tertentu seperti harian atau tiap minggunya.

Gambar 1. 2 YouTube Channel Narasi



Sumber gambar: [YouTube.com/@NarasiChannel](https://www.youtube.com/@NarasiChannel)

Penelitian terdahulu dengan teori Uses and Gratification telah dikaji oleh beberapa peneliti sebelumnya dengan focus penelitian yang berbeda-beda. J. N. Rohman dan J. Husna (2017) pernah meneliti survei terhadap mahasiswa prodi Ilmu Keperustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015 terkait penggunaan YouTube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi. Selanjutnya L. C. Diwangsa, A. I. Aritonang, dan C.A. Wijayanti (2019) telah melakukan penelitian tentang motif dan kepuasan subscriber pada channel Narasi TV program Mata Najwa. Penelitian dengan menggunakan teori yang sama dilakukan oleh C. Rahmadani dan I. D Mayangsari (2020) telah melakukan penelitian mengenai motif dan kepuasan audiens menonton Web Series *Channel YouTube Toyota Indonesia*. Penelitian dengan judul Live Streaming Commerce: Uses and Gratification Approach to Understanding Costumers Motivation telah dilakukan oleh Jie Cai dan Donghee Yvette Wohn (2019). Rizca Haquq, Sri Hastjarjo, dan Yulius Slamet (2019) meneliti dengan metode sejenis tentang Teenagers Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program Through *YouTube*. dari keseluruhan riset di atas belum ada yang berusaha meneliti tentang kepuasan audiens Narasi TV, ini penting karena sebagai upaya pembaharuan penelitian dari teori Uses and Gratification pada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebagai audiens dari *YouTube Narasi TV*.

Kebutuhan akan muncul saat individu merasakan kebutuhan informasinya belum terpenuhi dan masih merasa kekurangan. Maka dapat dipastikan bahwa audiens memanfaatkan media massa dengan didasari oleh spesifikasi tertentu. Upaya untuk mencukupi motif audiens adalah media. Keinginan dan kebutuhan khalayak dan masyarakat dapat terpuaskan, ketika motif pengguna media terpenuhi. Oleh karena itu, media memberikan kepuasan kebutuhan masyarakat merupakan media efektif sehingga digunakannya Theory uses and gratification.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan Mahasiswa FPSB UII 2020 sebagai audiens *Narasi*?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial pada mahasiswa FPSB UII 2020 terhadap tayangan *Narasi*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan Mahasiswa FPSB UII 2020 sebagai audiens *Narasi*
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial pada mahasiswa FPSB UII 2020 terhadap tayangan *Narasi*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memaparkan gambaran akan kepuasan (Uses) audiens saat menyaksikan video dan konten *Narasi TV* di *YouTube* sebagai media pemenuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial.

2. Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini bisa berkontribusi dalam memberi gagasan untuk Ilmu Komunikasi khususnya analisis Uses and Gratification yang mengkaji audiens dalam bermedia khususnya *YouTube*.
2. Diharapkan melalui penelitian ini dapat meluaskan pengetahuan pengguna *YouTube*.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Terdapat kajian terdahulu yang sejenis dan memiliki keterkaitan yang sama dengan penelitian ini, yaitu analisis yang telah dikerjakan oleh J. N. Rohman, dan J. Husna (2017) dengan judul *YouTube Sebagai Media Pemenuhan Informasi dengan survei yang dilakukan pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013 hingga 2015*. Dalam analisis ini peneliti berusaha untuk melihat *YouTube* bisa menjadi media yang mampu memadai keinginan dan informasi yang dibutuhkan. Perkembangan teknologi informasi yang pesat dan kebutuhan informasi yang cukup banyak menjadi dasar dari kajian ini. Pola metode kuantitatif deskriptif dengan survei, *Propotional stratified random sampling* dengan metode pengumpulan data teknik kuisioner. Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil *YouTube* merupakan situs yang dipilih dalam upaya pemenuhan informasi dari 39 responden yang telah diperoleh, 41,1% lebih memilih *YouTube*.

Penelitian selanjutnya yang menggunakan metode sejenis, yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh L. C. Diwangsa, A. I. Aritonang, dan C. A. Wijayanti (2019) dengan judul *Motif dan Kepuasan Subscriber Mata Najwa di Channel YouTube Narasi TV*. Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk dapat memahami motif dan kepuasan audiens. Teori yang mendasari penelitian ini adalah Uses and Gratification. Dengan metode kuantitatif menggunakan metode analisis tabulasi silang atau *crosstab*. Cara pengambilan data dengan online survei. Responden harus memenuhi syarat yang merupakan *subscriber* Narasi TV, telah menonton minimal 2 kali, dan memberikan like

dan comment pada channel Narasi TV. Hasil yang didapatkan bahwa indicator pencarian informasi yang tertinggi.

Selanjutnya penelitian sejenis yang dilakukan oleh C. Ramadhani dan I. D. Mayangsari (2020) dengan judul Motif dan Kepuasan Audiens Menonton Web Series Channel YouTube Toyota Indonesia. Peneliti mengkaji hal ini sebagai upaya pengetahuan motif dari audiens dan tingkat kepuasannya. Teori yang mendasari penelitian ini adalah Uses and Gratification. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data kuisioner online. Populasi yang digunakan merupakan penonton web series Toyota Indonesia di YouTube, sampel ditetapkan berjumlah 200 orang dengan teknik *convenience sampling*. Hasil yang didapatkan yaitu indicator hiburan merupakan motif dan kepuasan tertinggi, sedangkan yang terendah adalah indicator persahabatan.

Penelitian selanjutnya yang menggunakan metode sejenis, dengan judul Live streaming Commerce: Uses and Gratification Approach to Understanding Consumers Motivation oleh Jie Cai dan Donghee Yvette Wahn (2019). Dalam kajian ini peneliti memperkenalkan live streaming commerce e-commerce yang terintegrasi dengan interaksi sosial real-time melalui live streaming. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification, peneliti mengidentifikasi empat motif, yaitu kepuasan interaksi, substitusi pemeriksaan pribadi, kebutuhan komunitas, dan pengaturan tren yang terkait dengan live streaming commerce. Teknik yang mendasari penelitian ini yaitu kuantitatif dengan survei, responden yang didapatkan sebanyak 220 orang.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizca H, Sri H, dan Yulius S (2019) dengan metode sejenis yang berjudul Teenagers Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program Through YouTube. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Uses and Gratification Theory. Tujuan penelitian ini, yaitu penggunaan media baru di mahasiswa apakah dapat memuaskan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, untuk menghitung frekuensi data adalah teknik analisis distribusi frekuensi yang kemudian dipersentasikan. Dari penelitian ini hasil yang didapatkan adalah indicator kepuasan tinggi dimana mahasiswa merasa puas dengan menonton *talk show* di *YouTube*.

Berdasarkan jurnal-jurnal penelitian yang telah disebutkan dan dijelaskan diatas baik jurnal nasional dan international adalah refrensi kumpulan teori, dan mengarahkan penelitian ini agar semakin baik. Dari kelima jurnal diatas ada persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian ini dengan pelitian terdahulu yaitu pada teori Uses and Gratification dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada topik penelitian yaitu program acara. Pada penelitian ini, program acara yang diteliti adalah keseluruhan konten pada YouTube Narasi TV yang menghadirkan berbagai konten informative, intertainment, kesehatan, talkshow. Dalam penelitian ini ingin mengkaji seberapa besar tingkat kepuasan audiens pada tayangan konten YouTube Narasi TV dan meningkatkan pemanfaatan media bagi berbagai kalangan. Maka dari itu penelitian yang akan dilakukan terbilang baru dan menarik untuk dikaji.

2. Kerangka Teoritik

a. Uses and Gratification Theory

Teori ini disebut sebagai teori penggunaan & kepuasan, teori ini mulai terdengar pada 1974 yang dikemukakan oleh Herbert Blumler dan Elihu Katz yang ditulis pada bukunya “The Uses on Mass Comunication: Current Perspectives on Gratification Research”. Dalam memanfaatkan fasilitas media yang memiliki posisi penting dan aktif adalah audiens. Perbedaan berbagai faktor seperti psikologis dan sosial yang berbeda pada tiap individu audiens mendorong perbedaan antar individu yang menyebabkan audiens akan memanfaatkan dan cara menanggapinya akan berbeda-beda. Fokus dari teori ini adalah bukan pada pesan yang diberikan, namun pada audiens yang menjadi konsumen dari media massa. Dalam upaya pemenuhan keinginan audiens, audiens dinilai dapat mengukur sejauh mana kebutuhan mereka dan pilihan media yang akan digunakan. (Morrisan, 2013)

Kebutuhan akan muncul saat individu merasakan kebutuhan informasinya belum terpenuhi dan masih merasa kekurangan. Maka dapat dipastikan bahwa audiens memanfaatkan media massa dengan didasari oleh spesifikasi tertentu. Upaya untuk mencukupi motif audiens adalah media. Keinginan dan kebutuhan khalayak dan masyarakat dapat terpuaskan, ketika motif pengguna media terpenuhi. Oleh karena

itu, media memberikan kepuasankebutuhan masyarakat merupakan media efektif (Kriyantono, 2006, pp. 207-208).

Terdapat empat alasan mengapa khalayak menggunakan media, menurut McQuail dan teman-teman (McQuail, 1994), sebagai berikut:

1. Hiburan, yang berarti kabur dari aktivitas harian atau permasalahan yang dialami. Dalam peristiwa ini media di manfaatkan untuk mengantikan focus dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti pekerjaan.
2. Integrasi dan Interaksi Sosial, dalam hal ini media di manfaatkan untuk memperoleh dan membantu hubungan personal yang berarti bahwa dengan media dapat mengetahui keadaan orang lain (empati sosial), penghubung keluarga, teman, dan masyarakat.
3. Identitas Pribadi, yang berarti kegiatan seperti penggunaan media yang dilakukan menjadi salah satu kiat untuk menguatkan kualitas diri dari individu.
4. Informasi, yang berarti melalui media dapat mengambil banyak pengetahuan dan informasi sehingga membantu individu menggapai tujuannya. Seperti, tayangan edukasi di *YouTube* menambah wawasan terkait pembelajaran. (Humaizi, 2018, p. 31)

b. Aplikasi Teori Uses and Gratification dalam Internet

Penelitian pada kasus yang berkaitan dengan komunikasi massa dalam pemecahan kasusnya banyak menggunakan salah satu teori yang paling populer yaitu Teori Uses and Gratification. Saat ini dengan berkembangnya teknologi yang pesat, menjadikan internet sebagai new media yang merupakan suatu elemen dari media massa. Terlihat dari banyaknya konvergensi media massa elektronik dan konvensional yang mulai populer. Dunia internet kini dipenuhi oleh banyak media massaelektronik dan cetak, seperti streaming, e-paper, dll. Internet memberikan alternative kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan dan bisa menjangkau berbagai kabar dari seluruh dunia tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Dengan jangkauan massa yang luas dan kemudahan dalam mengakses informasi, hal ini

mengambarkan sifat dari sebuah media massa. Internet adalah salah satu media baru yang penyebarannya mengabungkan teknologi dengan film, radio, dan televisi hal ini diungkapkan oleh McQuail. (Humaizi, 2018, p. 51)

Teori Uses and Gratification banyak digunakan oleh peneliti sebagai usaha dalam pemecahan persoalan yang berhubungan dengan internet atau media baru pada zaman ini. Para peneliti yang memanfaatkan teori ini untuk penelitian yang berhubungan dengan bidang teknologi internet juga menunjukkan bahwa dalam new media atau internet dipandang menjadi sebuah media massa dikarenakan teori ini adalah teori yang diterapkan untuk menyelesaikan persoalan yang ada pada komunikasi massa (Baran & Davis, 2009, p. 237). Ruggiero telah menguraikan tiga sifat dari internet (Humaizi, 2018), yaitu:

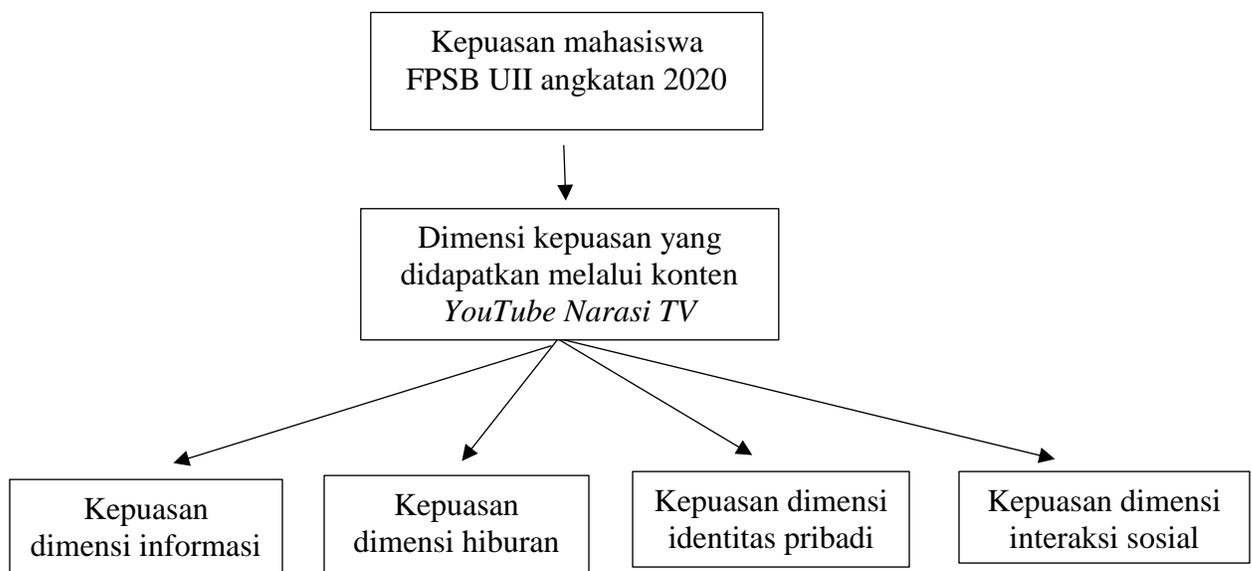
- 1) Interactivity (Interaktivitas), adalah keadaan dimana kendali dimiliki oleh individu dan bisa mengubah karakter dalam prosedur komunikasi (komunikasikan-komunikator).
- 2) Demassification (Demasifikasi), merupakan pemakai media diberikan kesempatan untuk dapat menentukan sendiri dari pilihan yang beragam dan luas. Berbeda dengan media lama, internet mengizinkan untuk menyampaikan pesan atau informasi yang selaras dengan kebutuhan yang dibutuhkan.
- 3) Asynchronicity (Asinkronitas), berartikan dalam waktu dan ruang yang berbeda tetap bisa bertukar kabar atau menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dari komunikator untuk komunikasikan dapat tetap terhubung dengan internet. Maka ikatan antara keduanya akan tetap terhubung. Pengguna internet bisa menerima dan menyampaikan informasi atau pesan sesuai keinginan dan kebutuhan mereka.

Dalam persoalan pergeseran media lama ke media baru. Uses and Gratification memiliki peran penting. Teori ini dapat menggambarkan kecondongan media baru yang lebih berdominan bahkan menggeser tempat media tradisional. (Baran & Davis, 2009, p. 238)

Kemunculan new media atau yang sering disebut sebagai internet memberikan pengaruh dalam kehidupan bersosial di dalam sebuah masyarakat. Internet memberikan berbagai kemudahan bagi penggunanya seperti komunikasi yang bisa dilakukan dengan jangkauan yang sangat luas, dapat dilakukan kapanpun selama 24 jam, dan juga sebuah pesan ataupun informasi dapat disampaikan dengan sangat cepat. Menurut Newhagen & Rafaeli (1996) dengan menggunakan, suara, teks, gambar, dan video animasi sudah menjadi komponen dari pengalaman dalam menggunakan internet. Banyaknya kemunculan media yang didasari oleh perkembangan pesat dari teknologi dapat digunakan oleh khalayak untuk mempermudah pekerjaan, bersosialisai, mendapatkan pengetahuan, dan hiburan. Hal ini menjadi acuan digunakannya teori Uses and Gratification sebab berbagai pilihan media yang ada dapat digunakan (Uses) sesuai dengan kepuasan (Gratification) dan juga keperluan masing-masing dari tiap individu pengguna media.

F. Kerangka Konsep

Target yang akan dituju pada pengkajian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana tingkatan dari kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 dalam menyaksikan konten YouTube Narasi. Terdapat 4 dimensi kepuasan mengkonsumsi media menurut McQuail (1994). Berikut gambaran konsep dalam penelitian ini:



Gambar 1. 3 Kerangka Konsep penelitian

G. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1. Definisi konseptual

Penggambaran suatu fenomena sosial atau alami secara abstrak yang diungkapkan melalui kata-kata merupakan sebuah definisi dari konsep (Siyoto & Muhammad, 2015). Dalam sebuah penelitian, definisi konseptual mengandung konsep-konsep yang ada dan akan dijelaskan secara singkat, padat, dan jelas menggunakan kata-kata agar mudah dipahami. Konsep menjadi salah satu unsur dalam sebuah penelitian untuk menggambarkan karakter dari variabel. Dalam proses pengkajian penelitian ini memanfaatkan penggunaan variabel tunggal. Menurut (Nawawi, 2006), variabel tunggal adalah metode yang digunakan untuk menjelaskan suatu variabel untuk diuraikan atau membuat gambaran akan unsur atau faktor yang ada didalam sebuah peristiwa. Pada penelitian ini yang termasuk variabel tersebut yaitu variabel kepuasan audiens Narasi pada mahasiswa FPSB UII 2020.

a. Kepuasan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan atau kondisi psikologis seseorang setelah mengkonsumsi media massa. Kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman khalayak setelah mengkonsumsi atau menggunakan media. Kepuasan audiens narasi TV merupakan persepsi terhadap isi konten dalam media tersebut yang telah memenuhi harapannya. Oleh sebab itu, audiens tidak akan merasa puas apabila audiens memiliki persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi, audiens akan merasa puas jika persepinya sama atau lebih dari yang diharapkannya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan audiens adalah berkaitan dengan perasaan. Apabila perasaan yang dirasakannya telah sesuai dengan harapan, serta dapat memenuhi kebutuhannya, maka kepuasan audiens tersebut telah terpenuhi.

Konsep kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa sebagai audiens terhadap konten yang tayangkan oleh Narasi TV sebagai media alat pemuas kebutuhan. Kepuasan yang ingin didapatkan audiens dengan pilihan media sesuai dengan kebutuhan. Oleh sebab itu, kepuasan yang akan dicari berdasarkan dengan kemampuan dari media Narasi TV dalam menjalankan fungsinya, sesuai dengan yang disampaikan oleh Terdapat empat alasan mengapa khalayak menggunakan media, menurut McQuail dan teman-teman (McQuail, 1994), sebagai berikut:

- 1) Hiburan, yang berarti kabur dari aktivitas harian atau permasalahan yang dialami. Dalam peristiwa ini media di manfaatkan untuk menggantikan focus dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti pekerjaan.
- 2) Integrasi dan Interaksi Sosial, dalam hal ini media di manfaatkan untuk memperoleh dan membantu hubungan personal yang berarti bahwa dengan media dapat mengetahui keadaan orang lain (empati sosial), penghubung keluarga, teman, dan masyarakat.
- 3) Identitas Pribadi, yang berarti kegiatan seperti penggunaan media yang dilakukan menjadi salah satu kiat untuk menguatkan kualitas diri dari individu.
- 4) Informasi, yang berarti melalui media dapat mengambil banyak pengetahuan dan informasi sehingga membantu individu menggapai tujuannya. Seperti, tayangan edukasi di *YouTube* menambah wawasan terkait pembelajaran. (Humaizi, 2018, p. 31)

Youtube Narasi TV menyajikan keberagaman konten dengan membahas berbagai topik dan tema. Konten-konten yang disajikan Narasi seperti *Narasi People*, *Tech It Easy*, *Duo Budjang*, *Buka Buku*, *Narasi Signature*, *Narasi Clasroom X UGM*, *WMNLYFE*, *Special Project*, *Campaign of Narasi*, *Di Mata Perempuan*, *Get Started*, *Reality Bites*, *Mindset Hacks*, *Career Hacks*, *Namanya Juga Lyfe*, *Lesson Learned*, *In My Sotoy Opinion*, *Tes Wawasan Kebangsaan*, *Bongkar*,

Ngobrol Bareng Narasi. Berbagai konten tersebut mengusung konsep kekinian, kekinian dimaksud dengan konsep pembuatan konten berdasarkan dengan isu yang ada dimasyarakat dan peristiwa terkini namun ditampilkan dengan model yang tidak monoton seperti pembawaan berita yang terkesan formal. Konsep kekinian menjadi sebuah upaya dari YouTube Narasi TV agar bisa diterima dan menarik bagi audiensnya.

2. Definisi operasional

Definisi operasional adalah penjabaran terkait dengan tujuan dan bagaimana arah pengukuran dari suatu variabe. Pada bagian definisi operasional ini memuat pemaparan terkait dimensi yang digunakan. Definisi operasional dapat digunakan untuk menilai, menentukan, ataupun mengukur variabel dalam penelitian agar mudah dipahami. Menurut (Sugiyono, 2016), definisi operasional dalam variabel penelitian dapat diartikan sebagai sebuah karakter dari objek atau aktivitas yang menyatakan ragam tertentu dari objek penelitian, selanjutnya akan ditarik kesimpulan. Oleh karena itu, variabel dalam penelitian akan diukur untuk kemudian dikembangkan menjadi sub-variabel, setelah itu disempurnakan menjadi elemen yang bisa terukur. Elemen-elemen yang terdiri dari sub-variabel dapat diukur yang selanjutnya akan digunakan sebagai panduan dalam penyusunan dari instrument penelitian yang berupa pernyataan dalam kuisisioner yang nantinya akan ditanggapi oleh responden.

Tingkat kepuasan audiens Narasi pada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 menjadi variabel dalam penelitian ini. Berikut ini adalah indikator kepuasan kepuasan audiens Narasi pada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 berdasarkan empat motif kebutuhan oleh Mc Quail (Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, 2006), sehingga dimensi dari kepuasan yang bisa didapatkan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi empat, sebagai berikut:

- a. Kepuasan pada dimensi Informasi, audiens dapat dinyatakan telah menerima kepuasan informasi jika:
 - 1) Bisa mendapatkan informasi terkait beraneka macam kejadian dan keadaan yang memiliki kaitan dengan lingkungan masyarakat
 - 2) Bisa mendapatkan beraneka macam informasi terkait kejadian dan keadaan yang memiliki kaitan dengan kondisi global
 - 3) Bisa mendapatkan panduan mengenai berbagai persoalan
 - 4) Bisa mendapatkan panduan mengenai berbagai anggapan
 - 5) Mendapatkan perasaan nyaman dengan bertambahnya pengetahuan

- b. Kepuasan pada dimensi identitas pribadi, audiens dapat dinyatakan telah menerima kepuasan identitas pribadi jika:
 - 1) Bisa mendapatkan pedoman untuk memperkuat nilai-nilai yang berhubungan dengan pribadi
 - 2) Bisa mengenali diri dengan nilai-nilai yang berada di media
 - 3) Bisa meningkatkan wawasan pengetahuan terkait diri sendiri

- c. Kepuasan pada dimensi integrasi dan interaksi sosial, audiens dapat dinyatakan telah menerima kepuasan integrasi dan identitas pribadi jika:
 - 1) Bisa memperoleh wawasan terkait empati sosial
 - 2) Bisa mendapatkan topik pembicaraan dan dapat memulai komunikasi dengan individu lain
 - 3) Bisa melaksanakan peran sosial dilingkungannya

- d. Kepuasan pada dimensi hiburan, audiens dapat dinyatakan telah menerima kepuasan hiburan jika:
 - 1) Dapat membebaskan diri dari berbagai persoalan
 - 2) Dapat mengisi waktu senggang dan dapat bersantai
 - 3) Dapat melampiaskan emosi
 - 4) Dapat melepaskan diri dari rasa jenuh
 - 5) Dapat memperoleh kesenangan dan hiburan (Kriyantono, 2006).

Selanjutnya operasional penelitian kepuasan audiens narasi pada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 yaitu sebagai berikut:

a. Kepuasan pada dimensi informasi

Kepuasan akan informasi, ialah kepuasan yang berhubungan dengan pemenuhan akan informasi yang dibutuhkan dari individu. Kepuasan informasi yang akan didapatkan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Mendapatkan informasi dari konten Narasi
- 2) Mendapatkan manfaat dari Informasi yang disajikan Narasi
- 3) Mengetahui informasi terkini dari konten Narasi
- 4) Mendapatkan informasi factual dari menonton konten Narasi
- 5) Mendapatkan sudut pandang baru dengan Menyaksikan Narasi
- 6) Mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow di tayangan Narasi
- 7) Mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu
- 8) Kebutuhan informasi terpenuhi dari menonton tayangan Narasi
- 9) Mendapatkan kepuasan informasi dari tayangan Narasi

b. Kepuasan pada dimensi hiburan

Kepuasan hiburan, ialah kepuasan yang didapatkan jika kebutuhan hiburan terpenuhi seperti melepaskan diri rasa jenuh dari rutinitas, kesedihan, masalah, mengusir rasa kesepian, dan mendapatkan kepuasan dengan konten hiburan. Kepuasan hiburan yang akan didapatkan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa kesepian
- 2) Menonton Narasi dapat membuat merasa senang
- 3) Menonton Narasi dapat membantu melupakan kesedihan
- 4) Menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas
- 5) Menonton Narasi dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres
- 6) Konten Narasi dapat disaksikan saat bersantai
- 7) Menonton Narasi membuat saya merasa terhibur
- 8) Mendapat kepuasan dari konten hiburan yang disajikan oleh Narasi
- 9)

c. Kepuasan pada dimensi identitas pribadi

Kepuasan identitas pribadi, ialah kepuasan yang berhubungan dengan refrensi diri untuk mengembangkan potensi dalam diri, seperti bertambahnya pengetahuan, menjadi pribadi yang peka akan berbagai isu, membuka pandangan baru. Kepuasan identitas pribadi yang akan didapatkan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Menonton Narasi dapat menjadikan pribadi yang bepengatahuan luas
- 2) Menonton Narasi dapat membantu memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu
- 3) Menonton Narasi dapat membantu mengetahui realitas masyarakat
- 4) Menonton Narasi membantu memiliki pandangan dan pendapat sendiri
- 5) Menonton Narasi dapat membantu memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi

d. Kepuasan pada dimensi integrasi dan interaksi sosial

Kepuasan ini, ialah kepuasan tentang keberlangsungan hubungan antar individu seperti berinteraksi dengan orang lain, menumbuhkan empati sosial, dan sadar akan sekitar. Kepuasan interaksi sosial yang akan didapatkan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Narasi membantu mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media
- 2) Narasi membantu memiliki empati sosial
- 3) Narasi membuat lebih sadar dengan keadaan sekitar
- 4) Narasi membantu mendapatkan bahan percakapan saat beriteraksi dengan orang lain
- 5) Narasi membantu dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang didapatkan

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendalaman penelitian ini akan dikaji dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dengan memaparkan berbagai kejadian dan persoalan berdasarkan data-data berbentuk angka yang langsung didapatkan dari keadaan sesungguhnya. Teknik pendekatan ini sistematis dari awal sampai pembuatan desain penelitiannya, sehingga dapat dikatakan bahwa metode ini adalah bentuk penelitian yang tertata.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu pengoperasian akan dijalankan pada Maret 2023 selama 1 bulan. Survei akan dijalankan dengan metode daring atau online yang akan berpusat pada pengumpulan bahan dan data dari mahasiswa yang merupakan audiens YouTube Narasi TV menggunakan metode survei dengan *Google form*.

3. Populasi, Sampel, dan Teknik sampling

a. Populasi

Populasi merupakan jumlah dari semua anggota atau komponen dari sasaran objek untuk kebutuhan penelitian. Macan jenis dari populasi dapat bersifat benda. Individu, fenomena, hewan, ataupun objek yang berkarakteristik tertentu sesuai dengan apa yang akan diteliti. Populasi ditetapkan dengan tema dan maksud dari survei yang akan dilakukan sehingga relevan. (Eriyanto, 2007). Survei yang akan dilakukan yaitu kepada mahasiswa UII pada Fakultas FPSB yang meliputi program studi Ilmu Komunikasi, Psikologi, Hubungan Internasional, dan juga Pendidikan Bahasa Inggris khususnya mahasiswa aktif yang mengikuti perkuliahan dari angkatan 2020 yang berjumlah:

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa FPSB UII 2020

No.	Program Studi	Jumlah
1.	Psikologi	300
2.	Ilmu Komunikasi	200
3.	Pendidikan Bahasa Inggris	126
4.	Hubungan International	261
Total Mahasiswa		887

- 1) Jumlah mahasiswa aktif Psikologi angkatan 2020, sebanyak 300 mahasiswa
- 2) Jumlah mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2020, sebanyak 200 mahasiswa
- 3) Jumlah mahasiswa aktif Pendidikan Bahasa Inggris angkatan 2020, sebanyak 126 mahasiswa
- 4) Jumlah mahasiswa aktif Hubungan Internasional angkatan 2020, sebanyak 261 mahasiswa

b. Sampel

Sampel merupakan sebuah komponen dari populasi. Memilliki karakteristik seperti apa yang akan dibutuhkan untuk sampel penelitian. Pengambilan jumlah sampel harus menggambarkan populasi kerana saling berhubungan, dan bisa mendapatkan data yang akurat untuk sebuah penelitian. Untuk menetapkan jumlah sampel yang diperluka, maka digunakan rumus Slovin, seperti berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
 &= \frac{887}{1 + 887(0,1)^2} \\
 &= \frac{887}{1 + 887(0,01)} \\
 &= 89.868
 \end{aligned}$$

dibulatkan menjadi 90

Detail:

n = hasil jumlah dari sampel

N = jumlah dari populasi

e = margin error 10% (0,01)

c. Teknik Sampling

Dalam penelitian terkait dengan kepuasan audiens Narasi pada mahasiswa FPSB UII 2020 yang akan dilakukan ini, akan digunakan metode atau teknik sampling jenis *Non-Probability Sampling* (tak acak) dengan teknik *accidental sampling* yang merupakan salah satu teknik pengambilan sample yang dimana dipilih jika secara kebetulan bertemu dengan orang saat itu yang sesuai dengan konteks penelitian. Pengaplikasian *accidental sampling* dalam penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan sampel yang mampu mewakili populasi.

Kriteria yang dibutuhkan untuk dapat menjadi sampel, yaitu:

- 1) Mahasiswa aktif FPSB UII angkatan 2020
- 2) Pernah menyaksikan tayangan Narasi TV

4. Jenis Data

Data kuantitatif menjadi jenis data yang akan dipergunakan untuk mengkaji penelitian ini. Peneliti akan memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu:

a. Primer

Ialah data yang didapatkan dengan pendataan dari hasil data yang telah terkumpul secara langsung tanpa adanya pemisah, maka dari itu dapat digunakan langsung oleh peneliti sesuai kebutuhannya. Dalam penelitian ini, yaitu *YouTube Narasi TV* dan survei, kuisisioner.

b. Sekunder

Ialah sebuah data yang didapatkan secara tidak langsung. Sebelumnya data sudah dikaji dan diolah dari orang lain atau peneliti yang sudah pernah mengkaji akan digunakan sebagai referensi. Berikut sumber yang dimanfaatkan oleh peneliti yaitu buku, situs artikel di internet, dan jurnal.

5. Pengumpulan Data

a. Survei

Cara ini adalah pencarian data menggunakan sampel yang telah di dapatkan, jika dibandingkan dengan populasi yang jumlahnya relative lebih banyak. Oleh karena itu, teknik ini digunakan dalam upaya mengetahui lebih dalam pada suatu fenomena atau peristiwa yang diamati. Cara ini dipilih dengan maksud agar dapat memahami tingkat kepuasan pada mahasiswa dalam menyaksikan konten *Narasi TV*.

b. Kuisisioner

Teknik ini merupakan sebuah alat penelitian yang di manfaatkan untuk mengumpulkan dan memperoleh data yang diperlukan bagi penelitian ini. Kuisisioner akan berisi pernyataan-pernyataan yang akan diberikan kepada responden untuk diisi atau dijawab sesuai dengan keadaan sebenarnya.

6. Pengolahan dan Analisis Data

Akan dilakukan olah data oleh peneliti dan akan disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang berisi data dari hasil penelitian. Data yang disajikan meliputi hasil penilaian responden mengenai tingkat kepuasan terhadap *Narasi TV*. Untuk memperoleh hasil penelitian yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan diperlukan instrument yang valid dan realibel. Apabila pada objek yang diukur terdapat persamaan diantara data sesungguhnya dengan data yang telah terkumpul dalam hasil pengukuran, maka bisa dinyatakan valid. Sementara itu, apabila diperoleh kesamaan data setelah dilakukannya pengukuran berulang-ulang kali untuk menguji objek yang sama pada rentan waktu berbeda akan tetap diperoleh hasil data yang sama, maka dapat dikatakan realibel. Jadi realibel mengarah pada konsistensi dari alat ukur (Mudhar, 2017).

Kemudian akan dilakukannya analisis data, hal ini merupakan mekanisme dari melakukan penyusunan data secara terstruktur, memaparkan ke bagian-bagian, membentuk sebuah pola, dan kemudian ditarik kesimpulan untuk memudahkan diri sendiri ataupun orang lain untuk dapat memahaminya (Sugiyono, 2016).

Metode yang dimanfaatkan untuk menganalisis data pada penelitian ini, adalah analisis data deskriptif dengan persentase. Berdasarkan hasil data telah diperoleh melalui penyebaran kuisisioner, data akan dirangkai, diolah, kemudian akan dilanjutkan dengan menganalisis data secara deskriptif. Data berupa angka-angka dan hasil skor nilai akan diubah dalam bentuk persentase, kemudian akan dilakukan pengelompokan berdasarkan skala likert.

Dalam sebuah penelitian uji validitas dan reabilitas diperlukan sebagai alat ukur dalam sebuah penelitian. Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil pengujian validitas dan reabilitas yaitu SPSS Statistics 25.

a. Uji Validitas

Ketepatan dari sebuah alat ukur (kuisisioner) pada apa yang sebenarnya diukur meskipun digunakan berkali-kali adalah pengertian dari validitas. Sehingga, akurasi yang baik harus dimiliki oleh alat ukur untuk menaikkan nilai kesahihan data yang akan diteliti (Bungin, 2005). Dilakukannya pengukuran ini bertujuan agar data yang dihasilkan bisa signifikan dan sesuai dengan tujuan. Sebuah instrument dapat dinyatakan valid jika memiliki validitas yang tinggi. (Arikunto, 2006).

Sebuah kuisisioner dapat dikatakan valid jika nilai korelasi yang dihasilkan R hitung $>$ R tabel (Sugiyono, 2016). Untuk menguji validitas dari tiap butir pernyataan, yakni dengan dikorelasikannya skor pada tiap pernyataan dengan skor total. Dengan memanfaatkan rumus korelasi product moment dengan taraf signifikansi nilai probabilitas 0.01 atau 1% digunakan untuk mengukur validitas instrument menggunakan SPSS. Untuk dapat mengetahui valid atau tidak suatu instrument pada kuisisioner, berikut standar yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak (Noor, 2011):

- 1) r hitung $>$ r tabel = valid.
- 2) r hitung $<$ r tabel = tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah ketepatan alat ukur. Reabilitas berkaitan dengan ketepatan alat ukur menghasilkan data yang sama walaupun diukur ulang pada rentan waktu yang berbeda dengan subjek yang tetap sama (Azwar S. , 2012). Alat ukur dapat dinyatakan baik jika mempunyai reabilitas tinggi sehingga dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Apabila hasil dari pengukuran menyatakan hasil yang sama meskipun pengukuran dilaksanakan sebanyak dua kali atau lebih maka dapat dinyatakan realibel. (Nazir, 2013).

Uji reabilitas ini akan dilakukan pada responden yang merupakan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebanyak 90 mahasiswa. Pernyataan yang sudah dinyatakan valid setelah melalui pengujian validitas, selanjutnya akan dilakukannya uji reabilitas sebagai upaya untuk menyatakan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut realibel. Memanfaatkan program SPSS 25. Standar penentuan reabilitas akan berpacu dengan kriteria berikut:

Dalam penelitian ini untuk uji reabilitas akan dipergunakannya uji Cronbach's Alpha $> 0,6$ untuk menyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada kuisioner mempunyai reabilitas tinggi dan dapat dinyatakan realibel.

c. Analisis data secara Deskriptif

Deskriptif dengan persentase merupakan cara yang digunakan untuk menjabarkan dan menganalisa hasil penelitian, analisis inilah yang akan diaplikasikan pada penelitian ini. Hasil angka-angka dan skor yang diperoleh dari pernyataan-pernyataan pada kuisioner akan diolah dan dianalisis, dan dideskripsikan atau digambarkan sesuai dengan data yang terkumpul. Hasil angka-angka tersebut akan dikelompokkan berdasarkan skala likert.

1) Skala Likert

Penelitian ini akan memanfaatkan alat ukur dengan akan dipergunakannya skala likert. Menurut Sugiyono (2016) skala ini dapat dimanfaatkan untuk mengukur perilaku, anggapan maupun kesan seorang ataupun sebuah kelompok akan peristiwa yang berlangsung di masyarakat. Skala ini yang nantinya akan menggambarkan jawaban dari responden yang menunjukkan tingkat persetujuan akan kepuasan yang didapatkan. Sesuai dengan variabel penelitian ini yakni tingkat kepuasan audiens *Narasi TV*. Skala dari jawaban akan disediakan dengan empat tingkatan diawali dengan sangat positif sampai sangat negatif.

Empat skala yang merupakan satu sampai empat, sebagai berikut (Sugiyono, 2016):

Tabel 1. 2 Skala Likert

No.	Pernyataan	Penilaian	skor
1.	Sangat Setuju	SS	4
2.	Setuju	S	3
3.	Tidak Setuju	TS	2
4.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2016)

2) Persentase

Selanjutnya untuk menganalisa pengukuran tingkat kepuasan Audiens Narasi pada Mahasiswa FPSB UII 2020 akan digambarkan berdasarkan angka yang diperoleh menjadi sebuah persentase. Pada tiap pernyataan akan dihitung persentasenya. Berikut langkah-langkah analisis deskriptif menurut Ridwan (2004, pp. 71-95) dengan menggunakan rumus:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

n : skor yang didapatkan (skor empirik)

N: skor maksimal dari tiap item pernyataan

DP: deskriptif presentase (%)

Dengan perhitungan persentase pada penelitian ini, akan digunakan untuk menentukan jenis deskriptif persentase pada tiap-tiap indikator pernyataan variabel, dan juga perhitungan deskriptif persentase yang nantinya akan dijabarkan dalam bentuk kalimat deskriptif agar mudah dipahami.

Kemudian ditentukannya cara menghitung tingkat kriteria kepuasan dari mahasiswa FPSB UII angkatan 2020, sebagai berikut:

Menentukan angka persentase tertinggi

$$\frac{\text{skor maksimal}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\frac{4}{4} \times 100\%$$

$$= 100\%$$

Menentukan angka persentase terendah

$$\frac{\text{skor maksimal}}{\text{skor minimal}} \times 100\%$$

$$\frac{1}{4} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

Untuk dapat memahami tingkatan akan kriteria yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu tingkat kepuasan, maka berikutnya skor yang telah didapatkan dalam persentase (%) akan dilakukan analisis deskriptif persentase berdasarkan pada tabel berikut:

Tabel 1. 3 Range Skala Tingkat Kepuasan

No.	Persentase	Kriteria
1.	0-25%	Sangat Tidak Puas
2.	26-50%	Tidak puas
3.	51%-75%	Puas
4.	76%-100%	Sangat Puas

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 perhitungan tingkatan dapat dijabarkan, jika hasil presentase yang didapatkan berada pada range 76%-100% maka tingkat kepuasan audiens Narasi termasuk sangat puas, apabila didapatkan hasil dalam range 51%-75% maka termasuk puas, apabila hasil presentase 26%-50% maka termasuk tidak puas, dan apabila hasil presentase 0%-25% maka termasuk sangat tidak puas.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab dua, akan menampilkan beberapa deskripsi ringkas tentang objek serta subjek yang terkandung dalam penelitian ini yaitu seputar FPSB UII dan *YouTube Narasi*.

A. Profil Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

UII terdiri dari delapan fakultas yang dimana salah satunya adalah Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, FPSB merupakan fakultas yang perkembangannya termasuk cukup pesat di UII. FPSB merupakan penggabungan empat prodi yaitu dimulai dengan didirikannya Prodi Psikologi (S1) pada tahun 1995/1996, kemudian didirikannya Program Studi yang kedua yaitu Prodi Ilmu Komunikasi (S1) pada tahun 2004/2005, kemudian didirikannya Prodi Pendidikan Bahasa Inggris (S1) yang berdiri pada tahun 2012/2013, dan kemudian didirikannya Prodi Hubungan Internasional (S1) yang menjadi Program Studi terbaru sekaligus termuda yang telah diresmikan untuk beroperasi pada 2014/2015.

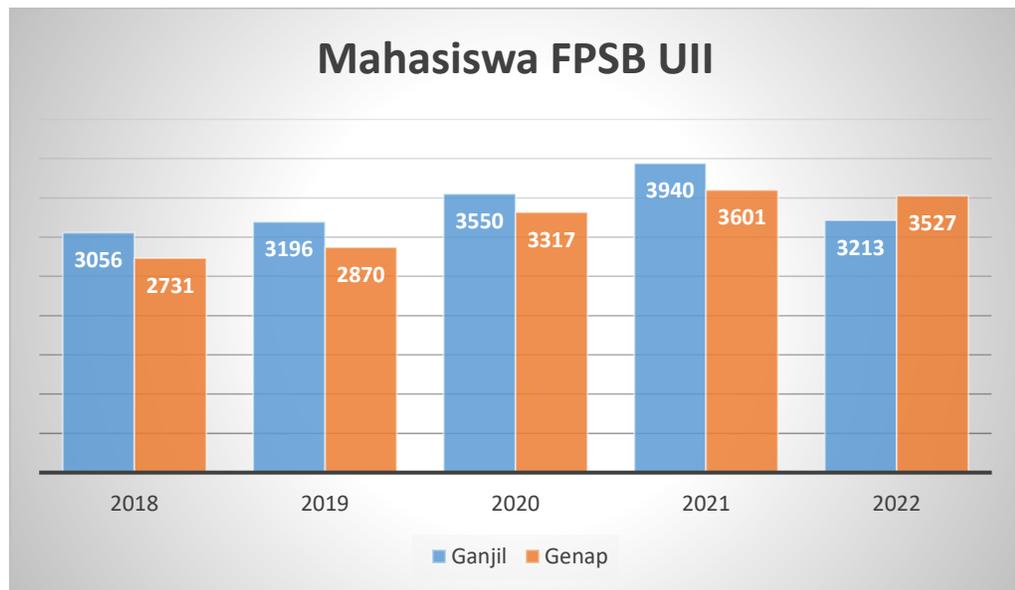
Terdapat sebuah keunikan dari sejarah berdirinya FPSB UII. Awal mula kelahiran FPSB dimulai dengan dibangunnya Fakultas Psikologi yang mempunyai satu program studi, yakni Program Studi Psikologi pada 15 April 1995. Pada tahun 2004, setelah 9 tahun keberadaan Fakultas Psikologi UII membangun sebuah Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya yang mempunyai 1 program studi, yakni Program Studi Ilmu Komunikasi. 2 tahun setelah itu, pada 2006 program pasca sarjana pada Fakultas Psikologi, teruntuk program Magister Psikologi Profesi. Berjalan dengan penyusunan kembali yang dijalankan pada 2006, UII melakukan penggabungan antara Fakultas Psikologi dan Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan juga Program D3 Bahasa Inggris. Dengan penggabungan Ke-3 fakultas tersebut telah ditetapkan sebagai berdirinya FPSB UII. Ketetapan ini tertulis dalam Peraturan Pengurus Harian Badan Wakaf UII No: 03 Tahun 2006 mengenai Struktur dan Organisasi UII.

Semenjak 4 Januari 2011, PBI sudah mengajukan permintaan pembukaan Program Sarjana yang telah diajukan kepada Dikti. Setelah mendapatkan Surat Izin Operasional yang merupakan Surat Keputusan dari Kemendikbud dengan No. 11/E/0/2013 yang berisikan perizinan penyelenggaraan Prodi PBI (S1). Setelah mendapatkan surat izin tersebut, program D3 Bahasa Inggris akan direncanakan oleh pimpinan untuk ditutup pada akhir tahun akademik 2014/2015.

Setelah keberadaan tiga prodi dalam FPSB, munculah Prodi Hubungan Internasional (HI) yang lahir pada awal tahun 2014. Kemunculan Prodi ini diawali dari didapatkannya Surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No.19/E/0/2014 mengenai perizinan penyelenggaraan Prodi HI (S1) pada tanggal 29 April 2014. Perkuliahan Prodi HI (S1) dimulai pada Tahun Akademik 2014/2015.

Dengan terus berkembangnya FPSB UII, tentu akan meningkatkan minat calon mahasiswa untuk berkuliah di fakultas ini. Dalam upaya mengembangkan kualitas dan petensi diri dalam mahasiswa, internet merupakan salah satu teknologi yang bisa digunakan oleh mahasiswa. Berbagai informasi dan tayangan yang dapat di akses di internet dan media sosial bisa dimanfaatkan menjadi sumber ilmu. Banyak hal positif yang bisa diakses di internet seperti sumber informasi positif, sumber pengetahuan, sumber inspirasi, alat berkomunikasi, dan hal positif lainnya. Saat ini, hanya dalam hitungan detik berbagai informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah oleh siapapun dan kapanpun di seluruh dunia. Oleh karena itu, mahasiswa jaman sekarang harus bisa mengikuti perkembangan jaman, dan mahasiswa harus memiliki skill atau keterampilan dalam mengolah informasi yang akurat dan kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan.

Gambar 2. 1 Grafik Jumlah Mahasiswa FPSB UII 5 Tahun Terakhir



Sumber: Divisi Akadenik FPSB UII, 2023

Grafik diatas menunjukkan data jumlah mahasiswa aktif FPSB UII pada lima tahun terakhir. Data ini bersumber dari Divisi Akademik FPSB UII. Grafik diatas menyajikan data mahasiswa aktif FPSB UII dari tahun 2018 hingga 2022. Data ini mencakup seluruh Mahasiswa aktif FPSB UII dari program studi Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional, Pendidikan Bahasa Inggris, Psikologi, dan Magister Psikologi Profesi. Pada tahun 2018 semester ganjil tercatat ada 3056 mahasiswa aktif dan pada tahun 2018-Genap tercatat 2731 mahasiswa aktif. Selanjutnya pada tahun 2019-Ganjil tercatat ada 3196 mahasiswa aktif dan pada tahun 2019-Genap tercatat ada 2870 mahasiswa aktif. Selanjutnya pada tahun 2020-Ganjil tercatat ada 3550 mahasiswa aktif, dan pada tahun 2020-Genap tercatat ada 3317 mahasiswa aktif. Selanjutnya pada tahun 2021-Ganjil tercatat ada 3940 mahasiswa aktif, dan pada tahun 2021-Genap tercatat ada 3601 mahasiswa aktif. Dan yang terakhir pada tahun 2022-Genap tercatat ada 3527 mahasiswa aktif, dan pada tahun 2022-Ganjil tercatat ada 3212 mahasiswa aktif.

B. Profil Narasi TV

Gambar 2. 2 Logo Narasi



Sumber: facebook.com/narasi.tv

Narasi TV didirikan sejak 2017 yang merupakan *startup* media digital di Indonesia. *Narasi* didirikan oleh seorang jurnalis senior yaitu Najwa Shihab bersama dengan dua orang rekannya yang merupakan *Co-Founder* yaitu Catharina Davy dan Dahlia Citra. *Narasi* diciptakan dari kerkhawatiran yang muncul oleh *Founder* dan *Co-Founder*. Rasa prihatin muncul kepada konten-konten media Indonesia saat ini, karena untuk menyajikan sebuah konten untuk khalayak banyak batasan yang harus dilalui. *Narasi* hadir melalui platform *YouTube*, saat ini pada 2023 telah mempunyai jumlah *subscriber* lebih dari 528 ribu. Bermula dari dikembangkannya satu konten Mata Najwa, hingga ketiga founder mengamati adanya harapan perkembangan yang pesat pada media digital kedepannya.

Narasi kini telah berkembang menjadi salah satu *startup* media yang menjadi kepercayaan generasi muda. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Mekari Talenta, kini *narasi* sudah memiliki jumlah karyawan sekitar 150 orang. Bermula dari hanya memiliki 10 karyawan, hingga terus berkembang menjadi sekitar 150 karyawan. Salah satu alasan adanya *Narasi* adalah dengan pernyataan bahwa Indonesia tidak tersusun dari batas peta, melainkan peran dan aksi generasi muda. *Narasi* hadir sebagai wadah kerja dan hasil karya anak bangsa Indonesia. Dikarenakan di masa sekarang media digital semakin pesat, *Narasi* menghadirkan berbagai program-program untuk mengajak

audiens menyaksikan beragam suguhan seperti acara *Talkshow*, reportase, opini dan ruang interaksi, dan lain sebagainya melalui kanal digital *Narasi TV*. *Narasi* merupakan wadah bagi khalayak untuk bertukar pikiran, ide, dan juga gagasan.

Narasi TV hadir dengan berbagai jenis konten dalam platformnya, sebagian besar dari konten yang disajikan menyoar generasi muda. Hal ini merupakan sebuah strategi *Narasi TV* berdasarkan realita di masyarakat. Najwa Shihab berupaya untuk mengamati pengguna internet di Indonesia dengan melakukan riset, dan didapatkan bahwa pada kisaran umur 18-35 tahun mengarah pada kategori yang “*digital-minded*”. Dengan maraknya kemunculan berbagai konten pada media digital saat ini, *Narasi TV* mengedepankan karya dengan mutu, relevansi topik, dan konten yang bermanfaat bagi khalayak. (Boer, 2019)

Narasi TV memiliki pedoman penting dalam menyajikan konten yaitu “*Creative Impacful Journalism*” yang mana *Narasi* akan terus berusaha untuk dapat menyajikan konten yang dapat berkesan dan bisa menggiring generasi muda. *Narasi TV* memasukkan nilai-nilai yang positif dalam kontennya, seperti anti korupsi, toleransi, dan partisipasi. *Narasi* ingin dengan tayangan kontennya dapat membagikan nilai-nilai positif tersebut untuk dimiliki oleh bangsa Indonesia. Tayangan konten pada *YouTube* *Narasi TV* menerapkan nilai jurnalistik yaitu kritik sosial dan kebaruan, nilai-nilai tersebut cenderung berbeda dari konten-konten lain yang ada di *YouTube* (Kencana & Djamal, 2021).

Dalam jaman yang terus berkembang ini, *Narasi TV* memiliki tiga pilar utama untuk melakukan kegiatan memproduksi konten yaitu 3K (konten, komunitas, dan kolaborasi). Sebagai upaya mengembangkan *Narasi TV*, konten yang disajikan harus berkualitas. Oleh karena itu, dilakukannya kolaborasi untuk mengait komunitas sebagai jaringan dan pemasok konten. Karena dalam proses memproduksi konten tidak mudah jika hanya dilakukan sendiri, sehingga memerlukan keterlibatan pihak lain juga untuk dapat menjangkau audiens yang lebih luas. (Kencana & Djamal, 2021)

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab tiga penelitian merupakan temuan. Peneliti akan menguraikan dan menggambarkan mengenai temuan hasil penelitian. Temuan penelitian ini mengenai analisis kepuasan audiens Narasi dengan survei yang dilakukan kepada mahasiswa FPSB UII angkatan 2020. Hasil penelitian akan diuraikan berupa tabel dan deskripsi yang ditata berdasarkan informasi yang didapatkan dari responden. Hasil yang akan dideskripsikan diawali dengan data-data umum yaitu deskripsi responden yang merupakan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020. Dilanjutkan dengan tabel dan deskripsi dari variabel kepuasan.

A. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan audiensi Narasi TV. Sejumlah 27 pernyataan dibagikan kepada 90 responden yang berasal dari mahasiswa FPSB UII angkatan 2020.

1. Jumlah responden berdasarkan kategori jenis kelamin.

Kategori jenis kelamin di kelompokkan dalam dua jenis gender yakni perempuan dan laki-laki. Data akan disajikan untuk memperlihatkan perbandingan jumlah mahasiswa dan persentase berdasarkan kedua gender tersebut.

Tabel 3. 1 Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	31	34,5%
Perempuan	59	65,5%
Total	90	100%

Pada tabel 3.1, jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan yakni sejumlah 59 orang dengan persentase 65,5% sementara itu sisanya laki-laki sejumlah 31 orang dengan persentase 34,5%.

2. Jumlah responden berdasarkan kategori usia

Dalam kuisisioner yang telah disebarkan kepada responden, telah didapatkan range usia 19 sampai 23 tahun. Sehingga data diklasifikasikan menjadi tiga kategori. Berikut tabel yang menggambarkan tiga kategori usia pada responden.

Tabel 3. 2 Usia

Kategori	Frekuensi	Persentase
19-20 tahun	36	40%
21-22 tahun	51	56,7%
23-24 tahun	3	3,3%
Total	90	100%

Pada tabel 3.2, usia lebih didominasi oleh mahasiswa usia 21 – 22 tahun yaitu sebanyak 51 mahasiswa dengan persentase 56,7%, dilanjutkan dengan usia 19-20 tahun dengan jumlah 36 mahasiswa dengan persentase 40%, sisanya usia 23-24 tahun sebanyak 3 mahasiswa dengan persentase 3,3%.

3. Jumlah responden berdasarkan frekuensi menonton

Dalam penelitian ini, responden yang bisa berkontribusi adalah reponden yang memenuhi kriteria, yaitu mahasiswa yang mengetahui dan pernah menyaksikan tayangan *YouTube* Narasi. Berikut tabel yang menyajikan data frekuensi menonton tayangan Narasi oleh responden.

Tabel 3. 3 Total Menonton

Kategori	Frekuensi	Persentase
1-2 kali	53	58,9%
3-5 kali	16	17,8%
Lebih dari 5 kali	21	23,3%
Total	90	100%

Pada tabel 3.3, total menonton mahasiswa terhadap Narasi TV paling banyak yaitu sebanyak 53 responden menyaksikan Narasi 1-2 kali pada rentan waktu 1 bulan dengan persentase 58,9%, dilanjutkan dengan 21 responden yang menyaksikan Narasi 5 kali dalam 1 bulan dengan persentase 23,3% dan yang terakhir sebanyak 16 responden menonton 3-5 kali dalam 1 bulan dengan persentase 17,8%.

4. Jumlah responden berdasarkan Program Studi

Dalam penelitian ini telah ditentukan sampel, sampel penelitian ini yaitu mahasiswa FPSB UII angkatan 2020, dan pernah menyaksikan tayangan *YouTube Narasi*. FPSB UII terdiri dari empat program studi. Berikut tabel yang menyajikan data jumlah mahasiswa dari keempat program studi yang ada di FPSB UII.

Tabel 3. 4 Program Studi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Ilmu Komunikasi	18	20%
Psikologi	43	47,8%
Pendidikan Bahasa Inggris	12	13,3%
Hubungan Internasional	17	18,9%
Total	90	100%

Pada tabel 3.4 ini, program studi lebih didominasi oleh mahasiswa dari program studi psikologi yaitu sebanyak 43 mahasiswa dengan persentase 47,8%. Kemudian, program studi ilmu komunikasi sebanyak 18 mahasiswa, lalu program studi hubungan internasional sebanyak 17 mahasiswa dengan persentase 18,9%, dan paling sedikit dengan program studi pendidikan bahasa inggris sebanyak 12 mahasiswa dengan persentase 13,3%.

B. Variabel Kepuasan Audiens

Deskriptif merupakan penggambaran atau penjabaran keseluruhan hasil data secara faktual yang diperoleh melalui penelitian (Nazir, 2013). Variabel kepuasan pada penelitian ini terbagi menjadi empat dimensi yaitu kepuasan dimensi informasi, kepuasan dimensi hiburan, kepuasan dimensi identitas pribadi dan kepuasan dimensi interaksi sosial. keempat dimensi kepuasan akan di olah dan dideskripsikan berdasarkan dengan temuan dari pengumpulan data ada berdasarkan pernyataan yang telah dijawab melalui kuisioner oleh responden, sebagai berikut:

1. Dimensi kepuasan informasi

Pada dimensi kepuasan informasi terdapat sembilan pertanyaan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan yang didapatkan oleh para responden. Sehingga akan dipaparkan berdasarkan data yang telah didapatkan dan dideskripsikan, sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Respon Responden terhadap Kepuasan Informasi

No.	Pernyataan	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)		skor	Ranking
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Memperoleh informasi dari konten Narasi	0	0	3	3.3	32	35.6	55	61.1	322	1
2.	Mendapatkan manfaat dari Informasi yang disajikan Narasi	1	1.1	4	4.4	38	42.2	47	52.2	311	3
3.	Mengetahui informasi terkini dari konten Narasi	2	2.2	7	7.8	37	41.1	44	48.9	303	5
4.	Mendapatkan informasi factual dari menonton konten Narasi	1	1.1	8	8.9	33	36.7	48	53.3	308	4
5.	Mendapatkan sudut pandang baru dengan Menyaksikan Narasi	1	1.1	11	12.2	33	36.7	45	50	302	6
6.	Mendapatkan tambahan pengetahuan melalui	0	0	7	7.8	35	38.9	48	53.3	311	2

	program talkshow di tayangan Narasi										
7.	Mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu	1	1.1	11	12.2	33	36.7	45	50	302	7
8.	Kebutuhan informasi terpenuhi dari menonton tayangan Narasi	2	2.2	20	22.2	43	47.8	25	27.8	271	9
9.	Mendapatkan kepuasan informasi dari tayangan Narasi	1	1.1	12	13.3	37	41.1	40	44.4	296	8

Pada pernyataan nomor satu yaitu konten yang ditayangkan oleh Narasi mengandung banyak informasi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan sebanyak 55 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa bahwa konten-konten informasi yang disajikan oleh Narasi TV bisa memenuhi kebutuhan akan informasinya. Berbagai konten dalam YouTube Narasi TV dibuat berdasarkan pada keadaan sebenarnya dan menyajikan konten terkait dengan berbagai isu ataupun peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat.

Pada pernyataan nomor dua yaitu informasi yang ditayangkan oleh Narasi bermanfaat bagi saya, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan sebanyak 47 mahasiswa dengan persentase 52,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa bahwa dengan menyaksikan konten Narasi bisa memberikan manfaat bagi dirinya. Seperti dalam tayangan konten Narasi TV yang menampilkan berbagai berita dan juga berbagai topik dapat disaksikan oleh mahasiswa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

Pada pernyataan nomor tiga yaitu saya dapat mengetahui informasi terkini dari menonton konten Narasi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan sebanyak 44 mahasiswa dengan persentase 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa konten-konten yang disajikan oleh Narasi TV bisa membuat mahasiswa menjadi tau akan informasi terkini yang sedang terjadi di masyarakat. sehingga dapat membantu mahasiswa untuk dapat lebih peka dan sadar akan kondisi, isu, dan juga persoalan yang sedang ataupun telah terjadi.

Pada pernyataan nomor empat yaitu mendapatkan informasi faktual dari menonton konten Narasi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan 48 mahasiswa dengan persentase 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa bahwa konten-konten yang ditayangkan oleh Narasi TV dibuat berdasarkan dengan keadaan sebenarnya yang sedang ataupun telah terjadi dimasyarakat. Sehingga dapat membantu mahasiswa untuk memilah informasi yang nyata terjadi dan sudah pasti kebenarannya.

Pada pernyataan nomor lima yaitu mendapatkan sudut pandang baru dengan menyaksikan Narasi, menunjukan jawaban didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan 45 mahasiswa dengan persentase 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa dengan menyaksikan konten Narasi TV dapat menambah sudut pandang baru. Narasi TV menghadirkan konten seperti “Bongkar”, yang mana pada segmen ini berisikan obrolan bersama orang-orang penting pada bidangnya untuk mendiskusikan suatu topik dari sudut pandang yang berbeda antara satu pihak dan pihak lainnya. Sehingga bisa menambah wawasan mengenai topik yang ingin diketahui oleh mahasiswa sebagai audiensnya.

Pada pernyataan nomor enam yaitu mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow di tayangan Narasi, menunjukan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan 48 mahasiswa yaitu 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa dengan menyaksikan talkshow pada YouTube Narasi dapat menambah pengetahuan. Narasi TV menyajikan konten berbagai konten talkshow, salah satunya adalah “Special Project”. Dalam segmen ini berisi obrolan tentang berbagai topik mulai dari kehidupan, kesehatan, dan juga isu-isu yang ada dimasyarakat.

Pada pernyataan nomor tujuh yaitu mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu, menunjukan jawaban responden didominasi dengan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan 45 mahasiswa dengan persentase 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa bahwa dengan menyaksikan konten Narasi TV bisa memilih tayangan sesuai dengan kebutuhan dan bisa disaksikan kapanpun saat diinginkan.

Pada pernyataan nomor delapan yaitu kebutuhan informasi terpenuhi dari menonton tayangan Narasi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “setuju” hal ini dibuktikan dengan 43 mahasiswa dengan persentase 47,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa merasa dengan menyaksikan tayangan konten Narasi TV dapat memenuhi kebutuhannya. Melalui YouTube Narasi TV mahasiswa dapat memilih konten yang ingin disaksikan sesuai dengan kebutuhan.

Pada pernyataan nomor sembilan yaitu mendapatkan kepuasan informasi dari tayangan Narasi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan pilihan “sangat setuju” hal ini dibuktikan dengan 40 mahasiswa dengan persentase 44,4%. Hal ini menunjukkan bahwa melalui tayangan konten Narasi TV yang disaksikan oleh mahasiswa dirasa telah mendapatkan kepuasan. Konten-konten informasi dikemas dengan konsep kekinian, Narasi TV didesain dengan mengangkat isu-isu dan peristiwa terkini dengan cara yang tidak monoton. Hal ini menjadikan Narasi TV menarik dan mudah diterima oleh khalayak khususnya mahasiswa karena terus berkembang mengikuti kemajuan era digital.

Dari sembilan pernyataan terkait kepuasan pada dimensi informasi, pada tabel 3.5 didapatkan hasil paling tertinggi pada pernyataan “Memperoleh informasi dari konten Narasi” dan paling terendah pada pernyataan “Kebutuhan informasi terpenuhi dari menonton tayangan Narasi”.

2. Dimensi Kepuasan Hiburan

Pada dimensi kepuasan Hiburan terdapat delapan pernyataan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan akan hiburan yang didapatkan oleh para responden. Sehingga akan dipaparkan berdasarkan data yang telah didapatkan dan dideskripsikan, sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Respon Responden terhadap Kepuasan Hiburan

No.	Pernyataan	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)		skor	Rank Ing
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa kesepian	6	6.7	39	43.3	29	32.2	16	17.8	235	7
2.	Menonton Narasi dapat membuat merasa senang	3	3.3	34	37.8	36	40	17	18.9	247	5
3.	Menonton Narasi dapat membantu melupakan kesedihan	12	13.3	50	55.6	16	17.8	12	13.3	208	8
4.	Menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas	6	6.7	30	33.3	34	37.8	20	22.2	248	4
5.	Menonton Narasi dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres	7	7.8	28	31.1	38	42.2	17	18.9	245	6
6.	Konten Narasi dapat disaksikan saat bersantai	0	0	10	11.1	35	38.9	45	50	305	1
7.	Menonton Narasi membuat saya merasa terhibur	3	3.3	20	22.2	41	45.6	26	28.9	270	3
8.	Mendapat kepuasan dari konten hiburan yang disajikan oleh Narasi	2	2.2	14	15.6	45	50	29	32.2	281	2

Pada pernyataan nomor satu yaitu menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa kesepian, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “tidak setuju” hal tersebut dibuktikan dengan 39 mahasiswa (43,3%). YouTube Narasi TV lebih cenderung menyajikan konten-konten edukatif, kisah inspiratif, berita terkini. Namun tidak hanya itu Narasi TV juga menghadirkan konten hiburan yang berkualitas, Tetapi pada hal ini kurang bisa membantu mahasiswa dalam mengusir rasa kesepiannya.

Pada pernyataan nomor dua yaitu menonton Narasi dapat membuat merasa senang, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “setuju” hal tersebut dibuktikan dengan 36 mahasiswa (40%). Melalui konten-konten yang disajikan Narasi TV yang beragam audiens dapat memilih sesuai dengan keinginan. Dalam hal ini

sebagian besar mahasiswa merasa setuju dengan menyaksikan konten Narasi TV membuat rasa senang. Konten-konten yang disajikan oleh Narasi TV beragam dan pada tiap kontennya tidak monoton hanya menampilkan konten edukatif, tetapi juga diselipkan berbagai konten hiburan yang berkualitas sehingga akan menarik untuk para audiens.

Pada pernyataan nomor tiga yaitu menonton Narasi dapat membantu melupakan kesedihan, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “tidak setuju” hal tersebut dibuktikan dengan 50 mahasiswa (55,6%). Hal ini menunjukkan bahwa konten Narasi TV tidak dapat membantu melupakan rasa sedih. Konten Narasi TV cenderung lebih banyak menyajikan konten-konten yang informatif dalam membahas berbagai isu dan peristiwa di masyarakat sehingga kebanyakan mahasiswa memberikan pernyataan tidak setuju.

Pada pernyataan nomor empat yaitu menonton Narasi dapat membantu mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas, menunjukkan bahwa responden banyak menjawab bahwa “setuju” hal tersebut dibuktikan dengan 34 mahasiswa (37,8%). Bagi mahasiswa yang berkesibukan melakukan kegiatan perkuliahan pada hari-harinya tentu akan merasa jenuh. Sebagai upaya menghilangkan rasa jenuh tersebut sebagian besar mahasiswa memilih untuk menyaksikan konten-konten yang ada di YouTube Narasi TV.

Pada pernyataan nomor lima yaitu menonton Narasi dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “setuju” hal tersebut dibuktikan dengan 38 mahasiswa (42,2%). Beragam konten yang disajikan Narasi TV, salah satunya talkshow yang mana pada segmen ini berisikan obrolan-obrolan ringan terkait dengan berbagai topik seperti kesehatan, olahraga, fashion, hiburan, dll. Dengan kemudahan dan kebebasan mahasiswa sebagai audiens untuk bisa memilih dan menikmati tontonannya yang sedang dibutuhkan.

Pada pernyataan nomor enam yaitu konten Narasi dapat disaksikan saat bersantai, menunjukkan bahwa responden banyak menjawab bahwa “sangat setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 45 mahasiswa (50%). Narasi TV menyajikan konten-konten yang ringan namun tetap dengan konsepnya yang edukatif dan

berkualitas, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan bisa dinikmati saat sedang ingin bersantai.

Pada pernyataan nomor tujuh yaitu menonton Narasi membuat saya merasa terhibur, menunjukkan bahwa responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 41 mahasiswa (45,6%). Konten-konten yang dihadirkan Narasi TV tidak hanya menampilkan isu-isu terkini dimasyarakat namun juga diselipkan onrolan santai yang dapat menghibur dikemas dengan ringan sehingga dapat dengan mudah di terima oleh audiens.

Pada pernyataan nomor delapan yaitu mendapat kepuasan dari konten hiburan yang disajikan oleh Narasi, responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 45 responden (50%). Dengan konten hiburan yang diberikan kepada audiens tidak hanya dapat dinikmati namun juga memberikan rasa puas bagi anudiens sehingga audiens akan lebih tertarik dan akan menonton lagi konten-konten lainnya.

Dari delapan pernyataan terkait kepuasan pada dimensi hiburan, pada tabel 3.6 didapatkan hasil paling tertinggi pada pernyataan “Konten Narasi dapat disaksikan saat bersantai” dan paling terendah pada pernyataan “Menonton Narasi dapat membantu melupakan kesedihan”.

3. Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi

Pada dimensi kepuasan identitas pribadi terdapat lima pernyataan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pada dimensi identitas pribadi yang didapatkan oleh para responden. Sehingga akan dipaparkan berdasarkan data yang telah didapatkan dan dideskripsikan, seperti berikut:

Tabel 3. 7 Respon Responden terhadap Kepuasan Identitas Pribadi

No.	Pernyataan	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)		skor	Ranking
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Menonton Narasi dapat menjadikan pribadi yang bepengatahuan luas	1	1.1	6	6.7	34	37.8	49	54.4	311	1
2.	Menonton Narasi dapat membantu memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu	0	0	12	13.3	37	41.1	41	45.6	299	3
3.	Menonton Narasi dapat membantu mengetahui realitas masyarakat	0	0	9	10	37	41.1	44	48.9	305	2
4.	Menonton Narasi membantu memiliki pandangan dan pendapat sendiri	0	0	11	12.2	43	47.8	36	40	295	4
5.	Menonton Narasi dapat membantu memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi	3	3.3	13	14.4	39	43.3	35	38.9	286	5

Pada pernyataan nomor satu yaitu menonton Narasi dapat menjadikan pribadi yang bepengatahuan luas, responden banyak yang menjawab bahwa “sangat setuju” dengan hal tersebut dibuktikan 49 mahasiswa (54,4%). Hal ini menunjukkan bahwa dengan menyaksikan berbagai konten yang ditayangkan oleh Narasi TV seperti Tes Wawasan Kebangsaan, Career hacks, Minset Hacks, Di Mata Perempuan, dan lainnya bisa menambah wawasan mahasiswa sebagai audiens.

Pada pernyataan nomor dua yaitu menonton Narasi dapat membantu memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu, responden banyak yang menjawab bahwa “sangat setuju” dengan hal tersebut dibuktikan 41 mahasiswa (45,6%). Narasi TV menghadirkan konten-konten yang sebagian besarnya terinspirasi langsung dari berbagai kejadian yang ada di masyarakat. Dengan konten tersebut dapat memberikan pembelajaran untuk bisa menghadapi berbagai masalah di Indonesia. Dalam hal ini,

mahasiswa sebagai generasi muda pada zaman ini harus memiliki sifat peka terhadap berbagai isu.

Pada pernyataan nomor tiga yaitu menonton Narasi dapat membantu mengetahui realitas masyarakat, responden banyak yang menjawab bahwa “sangat setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 44 mahasiswa (48,9%). Narasi TV menghadirkan konten-konten yang sebagian besarnya terinspirasi langsung dari berbagai kejadian yang ada di masyarakat. Peristiwa-peristiwa tersebut disajikan dalam konten yang menarik dan ringan sehingga bisa menyampaikan pesan dengan mudah kepada audiens dan dapat menyadarkan audiens agar lebih peka terhadap berbagai isu dimasyarakat.

Pada pernyataan nomor empat yaitu menonton Narasi membantu memiliki pandangan dan pendapat sendiri, responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 43 mahasiswa (47,8%). Narasi TV menyajikan konten berdasarkan dengan fakta, sehingga sebagai audiens memiliki kebebasan penuh untuk bisa berpendapat dan memiliki pandangan sendiri tentang berbagai isu. Setiap individu pasti memiliki perbedaan pola pikir, pandangan, dan pendapat, hal inilah yang menunjukkan keberagaman manusia.

Pada pernyataan nomor lima yaitu menonton Narasi dapat membantu memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi, menunjukkan jawaban responden didominasi dengan “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan 39 mahasiswa (43,3%). Narasi TV hadir sebagai wadah penyampaian berbagai konten terkait dengan kejadian-kejadian yang ada didalam masyarakat. Dengan keberagaman konten yang disediakan audiens memiliki kebebasan dalam menentukan konten apa yang akan dilihat sesuai dengan kebutuhannya.

Dari lima pernyataan terkait kepuasan pada dimensi identitas pribadi, pada tabel 3.7 didapatkan hasil paling tertinggi pada pernyataan “Menonton Narasi dapat menjadikan pribadi yang bepengetahuan luas” dan paling terendah pada pernyataan “Menonton Narasi dapat membantu memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi”.

4. Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Pada dimensi kepuasan interaksi sosial terdapat lima pernyataan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pada dimensi interaksi sosial yang didapatkan oleh para responden. Sehingga akan dipaparkan berdasarkan data yang telah didapatkan dan dideskripsikan, sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Respon Responden terhadap Kepuasan Interaksi Sosial

No.	Pernyataan	STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)		skor	Ranking
		F	%	F	%	F	%	F	%		
1.	Narasi membantu memiliki empati sosial	2	2.2	5	5.6	38	42.2	45	50	306	1
2.	Narasi membuat lebih sadar dengan keadaan sekitar	2	2.2	13	14.4	39	43.3	36	40	289	3
3.	Narasi membantu mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain	0	0	9	10	44	48.9	37	41.1	298	2
4.	Narasi membantu dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang didapatkan	2	2.2	24	26.7	37	41.1	27	30	269	5
5.	Narasi membantu mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media	1	1.1	15	16.7	40	44.4	34	37.8	287	4

Pada pernyataan nomor satu yaitu Narasi membantu mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media, menunjukkan responden banyak yang menjawab bahwa “sangat setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 45 mahasiswa (50%). Media digital saat ini lebih banyak diminati oleh Gen Z, dibandingkan dengan media konvensional. Narasi TV sebagai platform media digital memiliki keunggulan dalam hal aksesibilitas dan fleksibilitas. Audiens bisa menyaksikan berbagai konten YouTube

Narasi TV sesuai dengan keinginan dan tanpa adanya batasan waktu melalui perangkat yang terhubung dengan internet seperti laptop, smartpone, atau komputer.

Pada pernyataan nomor dua yaitu Narasi membantu memiliki empati sosial, menunjukkan responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 39 mahasiswa (43,3%). Narasi TV membuat konsep konten berdasarkan oleh realita, dengan upaya untuk bisa memberikan pandangan akan hal sesungguhnya yang terjadi. Hal ini sebagai upaya untuk menyadarkan audiens akan kepedulian terhadap sekitar. Dengan menyaksikan konten tersebut dapat mempengaruhi pola pikir untuk lebih bisa merasakan dan memahami bagaimana keadaan orang lain.

Pada pernyataan nomor tiga yaitu Narasi membuat lebih sadar dengan keadaan sekitar, menunjukkan responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 44 mahasiswa (48,9%). Dengan mengetahui keadaan sekitar dapat membuat hidup lebih positif. Sebab dengan tumbuhnya kesadaran, dapat meningkatkan kemampuan dalam berbagai hal.

Pada pernyataan nomor empat yaitu Narasi membantu mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain, responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 37 responden (41,1%) . Konten-konten yang disajikan Narasi TV akan diterima oleh audiens, namun tidak semua audiens memiliki pola pikir yang sama. Sehingga dengan topik dan isu yang disajikan oleh Narasi TV dapat dijadikan bahan diskusi bersama.

Pada pernyataan nomor lima yaitu Narasi membantu dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang didapatkan, menunjukkan responden banyak yang menjawab bahwa “setuju” dengan hal tersebut dibuktikan dengan 40 mahasiswa (44,4%). Informasi yang telah didapatkan setelah menyaksikan tayangan konten Narasi TV, bisa menjadi sarana untuk bertukar pikiran dengan orang lain. Hal ini dapat dilakukan secara langsung ataupun dapat dilakukan melalui media sosial.

Dari lima pernyataan terkait kepuasan pada dimensi integrasi dan interaksi sosial, pada tabel 3.8 didapatkan hasil paling tertinggi pada pernyataan “Narasi membantu memiliki empati sosial” dan paling terendah pada pernyataan “Narasi membantu dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang didapatkan”.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Dalam pengkajian kuantitatif kedua pengujian ini memiliki peran penting sebagai konsep. Oleh sebab itu, sebelum dapat menentukan hasil akhir dari sebuah penelitian dapat dilakukan sebagai tahap awal untuk meminimalisir adanya kekurangan yaitu dengan memastikan apakah alat ukur pada variabel sudah sesuai ataupun belum sesuai. Dan apakah tingkat ketepatan dan konsistensinya telah akurat dan telah sesuai.

a. Hasil Uji Validitas

Instruments dari sebuah data menyatakan r hitung $>$ r tabel, bisa diartikan pernyataan tersebut valid. Pernyataan dari sebuah kuisioner telah diuji menggunakan SPSS untuk melihat ketepatan data tersebut. Sesudah melalui proses pengujian data yang telah didapatkan kemudian akan dianalisis secara manual berdasarkan ketentuan:

$$\begin{aligned}d(f) &= n - 2 \\ &= 90 - 2 \\ &= 88\end{aligned}$$

Penjelasan:

d(f) = degree of freedom / derajat kebebasan

n = jumlah sampel

α = tingkat signifikan 1% = 0.01

Didasari oleh hasil perhitungan df diatas, bisa terlihat bahwa nilai dari d(f) derajat kebebasan pada penelitian ini yaitu 88. Dengan d(f) 88 dan tingkat signifikansi 0.01 atau 1% bisa terlihat r tabel adalah 0.2449. berikut hasil pengujian pada instrument:

Tabel 3.9 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Informasi

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,756	0,2449	Valid
2.	0,743	0,2449	Valid
3.	0,750	0,2449	Valid
4.	0,753	0,2449	Valid
5.	0,759	0,2449	Valid
6.	0,808	0,2449	Valid
7.	0,775	0,2449	Valid
8.	0,849	0,2449	Valid
9.	0,819	0,2449	Valid

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 9 pertanyaan yang merupakan indicator kepuasan informasi. Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui uji validitas semua pertanyaan dinyatakan valid. Adapun cara untuk dapat mengetahui pertanyaan pada indicator kepuasan informasi bisa dikatakan valid maupun tidak. Mula-mula yang harus dilakukan yaitu memastikan r tabel, rumus yang digunakan untuk mencari r table yaitu $df = N - 2$ sehingga $90 - 2 = 88$, jadi didapatkannya nilai r tabel = 0,2449. Hasil yang didapatkan pada tabel 4.1 terlihat, semua elemen r hitung > r tabel, sehingga bisa ditarik kesimpulan kesembilan pernyataan valid.

Tabel 3. 10 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Hiburan

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,808	0,2449	Valid
2.	0,894	0,2449	Valid
3.	0,820	0,2449	Valid
4.	0,848	0,2449	Valid
5.	0,859	0,2449	Valid
6.	0,684	0,2449	Valid
7.	0,840	0,2449	Valid
8.	0,803	0,2449	Valid

Dari tabel diatas didapatkan hasil yang menunjukkan keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid. Sehingga bisa dikatakan bahwa pertanyaan pada kuisisioner yang dibagikan kepada responden mempunyai akurasi, konsistensi yang baik dan layak sebagai tolak ukur penelitian.

Tabel 3. 11 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,817	0,2449	Valid
2.	0,895	0,2449	Valid
3.	0,864	0,2449	Valid
4.	0,791	0,2449	Valid
5.	0,863	0,2449	Valid

Dari tabel 4.3, didapatkan hasil yang menunjukkan keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid. Maka dari itu, keseluruhan pernyataan kepuasan identitas pribadi adalah valid.

Tabel 3.12 Uji Validitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,745	0,2449	Valid
2.	0,834	0,2449	Valid
3.	0,792	0,2449	Valid
4.	0,823	0,2449	Valid
5.	0,763	0,2449	Valid

Terlihat pada tabel 4.4 diatas, pada dimensi kepuasan interaksi sosial didapatkan hasil dari keseluruhan pertanyaan dikatakan valid. Sehingga bisa dikatakan bahwa kelima pertanyaan diajukan oleh peneliti kepada responden mempunyai akurasi, konsistensi yang baik dan layak sebagai tolak ukur penelitian.

b. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas diaplikasikan untuk mengukur reabilitas dari indikator suatu variabel dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Jika *Cronbach Alpha* pada sebuah variabel >0.60 sehingga bisa dikemukakan ralibel.

Tabel 3. 13 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Informasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	9

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di tabel 4.5, bisa terlihat *Cronbach's Alpha* pada dimensi kepuasan informasi sebesar 0.918. Maka 9 pernyataan pada dimensi kepuasan informasi dapat dinyatakan realibel karena $0.918 > 0.60$.

Tabel 3. 14 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Hiburan

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	8

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di tabel 4.6, bisa terlihat *Cronbach's Alpha* pada dimensi kepuasan hiburan sebesar 0.930. Maka 8 pernyataan pada dimensi kepuasan hiburan dapat dinyatakan realibel karena $0.930 > 0.60$.

Tabel 3. 15 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di tabel 4.7, bisa terlihat *Cronbach's Alpha* pada dimensi kepuasan identitas pribadi sebesar 0.900. Maka 5 pernyataan pada dimensi kepuasan identitas pribadi dapat dinyatakan realibel karena $0.900 > 0.60$.

Tabel 3. 16 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	5

Berdasarkan hasil yang diperoleh di tabel 4.8, bisa terlihat *Cronbach's Alpha* pada dimensi kepuasan interaksi sosial sebesar 0.850. Maka 5 pernyataan pada dimensi kepuasan interaksi sosial dapat dinyatakan realibel karena $0.850 > 0.60$.

Berdasarkan keseluruhan hasil dari uji reabilitas diatas, terdapat 27 indikator data dan semuanya memperoleh hasil realibel. Hal ini dibuktikan dengan $CA > 0,60$, berdasarkan hal tersebut kepuasan pada penelitian ini dapat dikatakan realibel atau dapat dihandalkan.

D. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan

Kumpulan data yang sudah berhasil didapat dari jawaban responden akan diuraikan menggunakan sistem analisis deskriptif. Data akan dideskripsikan dengan bentuk pemaparan atau penggambaran dalam bentuk tabel dan dikempokkan kemudian di uraikan. Analisis ini bermaksud untuk menggambarkan atau memaparkan data dalam variabel yang dilihat dari nilai jumlah skor, skor maksimal, persentase skor, dan rata-rata persentase skor.

1. Dimensi Kepuasan Informasi

Dalam dimensi informasi terdapat sembilan pernyataan. Akan dilakukannya pengkategorian berdasarkan jumlah skor, skor maksimal, persentase, dan jumlah rata-rata persentase dari jawaban kuisisioner oleh responden yang berjumlah 90 mahasiswa dan pemaparan deskriptif dengan persentase, sebagai berikut:

Tabel 3.17 Kepuasan pada dimensi informasi

No	Pernyataan	Jumlah skor	Skor maksimal	%	Ket	Rata-rata %
1.	Konten yang ditayangkan oleh Narasi TV mengandung banyak informasi	322	360	89.4%	Sangat Puas	84.1%
2.	Informasi yang disajikan Narasi TV bermanfaat bagi saya	311	360	86.4%	Sangat Puas	
3.	Saya dapat mengetahui informasi terkini dari konten Narasi TV	303	360	84.2%	Sangat Puas	
4.	Saya mendapatkan informasi factual dari menonton konten Narasi TV	308	360	85.5%	Sangat Puas	
5.	Saya mendapatkan sudut pandang baru dengan Menyaksikan Narasi TV	302	360	83.9%	Sangat Puas	
6.	Saya mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow di tayangan Narasi TV	311	360	86.4%	Sangat Puas	
7.	Saya bisa mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu	302	360	83.9%	Sangat Puas	
8.	Kebutuhan informasi saya terpenuhi dari menonton tayangan Narasi TV	271	360	75.3%	Puas	
9.	Saya merasa puas dengan informasi yang saya dapatkan dari tayangan Narasi TV	296	360	82.2%	Sangat Puas	

(Sumber: olah data primer oleh peneliti 2023)

Dapat dilihat dari tabel 4.9 diatas hasil yang didapatkan yaitu jumlah skor dan persentase pada tiap-tiap item pernyataan responden pada dimensi kepuasan informasi terhadap tayangan YouTube Narasi TV berdasarkan data yang telah didapatkan dari 90 mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebagai responden pada penelitian ini. Dimensi informasi pada peneitian ini meliputi kepuasan dari audiens dengan tayangan *YouTube Narasi TV* dalam memberikan informasi yang luas dan faktual serta banyak informasi tambahan bagi mahasiswa sehingga informasi tersebut bermanfaat. Selain itu, responden juga mendapat sudut pandang baru, pilihan informasi, serta tambahan pengetahuan.

Gambaran kepuasan audiens yaitu mahasiswa mengenai kepuasan dimensi informasi dari tayangan YouTube Narasi TV diperoleh jumlah rata-rata persentase 84,1%. Dengan diperolehnya rata-rata dari persentase 84,1% pada dimensi informasi, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori sangat puas.

Pada pernyataan pertama yaitu “Konten yang ditayangkan oleh Narasi TV mengandung banyak informasi” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 322 dengan persentase skor yaitu 89.4%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten informasi yang disediakan oleh *YouTube Narasi TV*.

Pada pernyataan kedua yaitu “Informasi yang disajikan Narasi TV bermanfaat bagi saya” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 311 dengan persentase skor yaitu 86.4%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten informasi pada *YouTube Narasi TV* memberikan manfaat.

Pada pernyataan ketiga yaitu “Saya dapat mengetahui informasi terkini dari konten Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 303 dengan persentase skor yaitu 84.2%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten informasi pada *YouTube Narasi TV* karena responden dapat mengetahui informasi terkini.

Pada pernyataan keempat yaitu “Saya mendapatkan informasi faktual dari menonton konten Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 308 dengan persentase skor yaitu 85.5%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten informasi pada *YouTube Narasi TV* menyajikan informasi yang faktual.

Pada pernyataan kelima yaitu “Saya mendapatkan sudut pandang baru dengan Menyaksikan Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 302 dengan persentase skor yaitu 83.9%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas

berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan mendapatkan sudut pandang baru setelah menyaksikan konten informasi pada *YouTube Narasi TV*.

Pada pernyataan keenam yaitu “Saya mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow di tayangan Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 311 dengan persentase skor yaitu 86.4%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan responden bisa mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow pada *YouTube Narasi TV*.

Pada pernyataan ketujuh yaitu “Saya bisa mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu” diperoleh hasil data dari reponden dengan jumlah skor 302 dengan persentase skor yaitu 83.9%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan pada dimensi informasi dengan bisa mendapatkan berbagai pilihan informasi pada *YouTube Narasi TV* tanpa adanya batasan waktu.

Pada pernyataan kedelapan yaitu “Kebutuhan informasi saya terpenuhi dari menonton tayangan Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 271 dengan persentase skor yaitu 75.3%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan pada dimensi informasi karena kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi.

Pada pernyataan kesembilan yaitu “Saya merasa puas dengan informasi yang saya dapatkan dari tayangan Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 296 dengan persentase skor sebesar 82.2%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan pada dimesi informasi dengan terpenuhinya kebutuhan akan informasi sehingga didapatkannya kepuasan melalui konten *YouTube Narasi TV*.

Dari kesembilan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 berdasarkan dimensi informasi diperoleh rata-rata persentase sebesar 84.1%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas

berdasarkan skala likert. Responden merasakan kepuasan akan informasi telah terpenuhi. Hal ini dapat dikarenakan oleh kualitas dan faktualitas berbagai informasi yang di tayangkan oleh *YouTube Narasi TV* telah memadai sehingga responden merasakan kepuasan pada dimensi informasi.

2. Dimensi Kepuasan Hiburan

Dalam dimensi hiburan terdapat delapan pernyataan. Akan dilakukannya pengkategorian berdasarkan jumlah skor, skor maksimal, persentase, dan jumlah rata-rata persentase dari jawaban kuisisioner oleh responden yang berjumlah 90 mahasiswa dan pemaparan deskriptif dengan persentase, sebagai berikut:

Tabel 3. 18 Kepuasan pada dimensi hiburan

No	pernyataan	Jumlah skor	Skor maksimal	%	Ket	Rata-rata %
1.	Menonton Narasi Tv dapat membantu saya mengusir rasa kesepian	235	360	65,3%	Puas	70.8%
2.	Menonton Narasi Tv dapat membuat saya merasa senang	247	360	68,6%	Puas	
3.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya melupakan kesedihan	208	360	57,7%	Puas	
4.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas	248	360	68.8%	Puas	
5.	Menonton Narasi TV dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres	245	360	68.05%	Puas	
6.	Konten Narasi TV dapat disaksikan saat bersantai	305	360	84.7%	Sangat Puas	
7.	Menonton Narasi TV membuat saya merasa terhibur	270	360	75%	Puas	
8.	Saya merasa puas dengan berbagai konten hiburan yang disajikan oleh Narasi TV	281	360	78.05%	Sangat Puas	

(Sumber: olah data primer oleh peneliti 2023)

Dapat dilihat dari tabel 4.10 di atas hasil yang didapatkan yaitu jumlah skor dan persentase pada tiap-tiap item pernyataan responden pada dimensi kepuasan hiburan terhadap tayangan *YouTube Narasi TV* berdasarkan data yang telah didapatkan dari 90 mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebagai responden pada penelitian ini. Dimensi Hiburan pada penelitian ini meliputi kepuasan dari audiens dengan tayangan *YouTube Narasi TV* dalam memperoleh rasa senang, mengusir rasa kesepian, membantu melupakan rasa kesedihan, membantu mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas, dan juga membantu mengalihkan pikiran dari masalah dan stress. Selain itu, responden juga dapat menyaksikan tayangan konten hiburan pada *YouTube Narasi TV* disaat sedang bersantai, sehingga mendapatkan rasa terhibur dan puas akan konten hiburan yang disajikan. Gambaran kepuasan audiens yaitu mahasiswa mengenai kepuasan dimensi hiburan dari tayangan *YouTube Narasi TV* diperoleh jumlah rata-rata persentase 70.8%. Dengan diperolehnya rata-rata dari persentase 70.8% pada dimensi informasi, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori puas.

Pada pernyataan pertama yaitu “Menonton Narasi Tv dapat membantu saya mengusir rasa kesepian” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 235 dengan persentase skor yaitu 65,3%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten hiburan yang disediakan oleh *YouTube Narasi TV*.

Pada pernyataan kedua yaitu “Menonton Narasi Tv dapat membuat saya merasa senang” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 247 dengan persentase skor yaitu 68,6%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan terhadap tayangan konten hiburan oleh *YouTube Narasi TV* memberikan rasa senang bagi audiensnya.

Pada pernyataan ketiga yaitu “Menonton Narasi TV dapat membantu saya melupakan kesedihan” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 208 dengan persentase skor yaitu 57,7%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut rasa kepuasan relative rendah dengan menonton *Narasi TV* kurang bisa membantu melupakan rasa sedih.

Pada pernyataan keempat yaitu “Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 248 dengan persentase skor yaitu 68.8%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut rasa kepuasan dengan menonton *YouTube Narasi TV* dapat membantu mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas.

Pada pernyataan kelima yaitu “Menonton Narasi TV dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 245 dengan persentase skor yaitu 68.05%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton *YouTube Narasi TV* dapat membantu mengalihkan pikiran dari masalah yang sedang dihadapi dan stress.

Pada pernyataan keenam yaitu “Konten Narasi TV dapat disaksikan saat bersantai” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 305 dengan persentase skor 84.7%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten hiburan pada *YouTube Narasi TV* dapat disaksikan saat sedang bersantai.

Pada pernyataan ketujuh yaitu “Menonton Narasi TV membuat saya merasa terhibur” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 270 dengan persentase skor 75%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton konten hiburan pada *YouTube Narasi TV* dapat membuat audiens merasa terhibur.

Pada pernyataan kedelapan yaitu “Saya merasa puas dengan berbagai konten hiburan yang disajikan oleh Narasi TV” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 281 dengan persentase skor 78.05%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan berbagai konten hiburan yang ditayangkan oleh *YouTube Narasi TV*.

Dari kedelapan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 berdasarkan dimensi hiburan diperoleh rata-rata persentase sebesar 70,8%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Data tersebut menggambarkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh mahasiswa tidak sepuas pada dimensi informasi. Sehingga rasa kepuasan akan hiburan dapat cukup terpenuhi dengan berada pada kategori puas. Hal ini dapat dikarenakan oleh kualitas dari konten dan hiburan pada *YouTube Narasi* yang dapat menghibur audiesnya sehingga responden merasakan kepuasan pada dimensi hiburan.

3. Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi

Dalam dimensi identitas pribadi terdapat lima pernyataan. Akan dilakukannya pengkategorian berdasarkan jumlah skor, skor maksimal, persentase, dan jumlah rata-rata persentase dari jawaban kuisisioner oleh responden yang berjumlah 90 mahasiswa dan pemaparan deskriptif dengan persentase, sebagai berikut:

Tabel 3. 19 Kepuasan pada dimensi identitas pribadi

No.	pernyataan	Jumlah skor	Skor maksimal	%	Ket	Rata-rata %
1.	Menonton Narasi TV dapat menjadikan saya pribadi yang bepengatahuan luas	311	360	86.4%	Sangat Puas	83.1%
2.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu	299	360	83.05%	Sangat Puas	
3.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengetahui realitas masyarakat	305	360	84.7%	Sangat Puas	
4.	Menonton Narasi TV membuat saya memiliki pandangan dan pendapat sendiri	295	360	81.9%	Sangat Puas	
5.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi	286	360	79.4%	Sangat Puas	

(Sumber: olah data primer oleh peneliti 2023)

Dapat dilihat dari tabel 4.11 diatas hasil yang didapatkan yaitu jumlah skor dan persentase pada tiap-tiap item pernyataan responden pada dimensi kepuasan identitas pribadi terhadap tayangan *YouTube Narasi TV* berdasarkan data yang telah didapatkan dari 90 mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebagai responden pada penelitian ini. Dimensi identitas pribadi pada peneitian ini meliputi kepuasan dari audiens dengan tayangan *YouTube Narasi TV* dalam memperoleh pengetahuan, memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu, membantu mengetahui realitas yang sebenarnya didalam masyarakat. Selain itu, responden juga dapat menyaksikan tayangan pada *YouTube Narasi TV* untuk membantu memiliki pandangan dan pendapat sendiri, dan juga dapat memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi. Gambaran kepuasan audiens yaitu mahasiswa mengenai kepuasan dimensi identitas pribadi dari tayangan *YouTube Narasi TV* diperoleh jumlah rata-rata persentase 83.1%. Dengan diperolehnya rata-rata dari persentase 83.1% pada dimensi identitas pribadi, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori sangat puas.

Pada pernyataan pertama yaitu “Menonton Narasi TV dapat menjadikan saya pribadi yang bepengatahuan luas” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 311 dengan persentase skor 86.4%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat menambah pengetahuan.

Pada pernyataan kedua yaitu “Menonton Narasi TV dapat membantu saya memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 299 dengan persentase skor 83.05%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu.

Pada pernyataan ketiga yaitu “Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengetahui realitas masyarakat” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 305 dengan persentase skor 84.7%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan

dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens mengetahui realitas yang sesungguhnya dalam masyarakat.

Pada pernyataan keempat yaitu “Menonton Narasi TV membuat saya memiliki pandangan dan pendapat sendiri” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 295 dengan persentase skor 81.9%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membuat audiens memiliki pandangan dan pendapat sendiri terkait dengan pemberiaan dan berbagai isu yang ada ataupun yang terbaru.

Pada pernyataan kelima yaitu “Menonton Narasi TV dapat membantu saya memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 286 dengan persentase skor 79.4%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens memperoleh berita sesuai dengan kebutuhannya.

Dari kelima data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 berdasarkan dimensi identitas pribadi diperoleh rata-rata persentase sebesar 83.1%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Data tersebut menggambarkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh mahasiswa tidak sepuas pada dimensi informasi namun masih berada di atas kepuasan hiburan. Sehingga kepuasan akan identitas pribadi dapat terpenuhi dengan berada pada kategori sangat puas. Hal ini dapat dikarenakan oleh berbagai konten yang informatif dan membahas berbagai pemberitaan dan isu terkini sehingga dapat mengetahui berbagai realita di masyarakat pada *YouTube Narasi* yang dapat mengedukasi audiesnya sehingga responden merasakan kepuasan pada dimensi identitas pribadi.

4. Dimensi Kepuasan Interaksi Sosial

Dalam dimensi interaksi sosial terdapat lima pernyataan. Akan dilakukannya pengkategorian berdasarkan jumlah skor, skor maksimal, persentase, dan jumlah rata-rata persentase dari jawaban kuisisioner oleh responden yang berjumlah 90 mahasiswa dan pemaparan deskriptif dengan persentase, sebagai berikut:

Tabel 3. 20 Kepuasan pada dimensi interaksi sosial

No.	pernyataan	Jumlah skor	Skor maksimal	%	Ket	Rata-rata %
1.	Narasi TV membantu saya mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media	306	360	85%	Sangat Puas	80.5%
2.	Narasi TV membantu saya memiliki empati sosial	289	360	80.3%	Sangat Puas	
3.	Narasi TV membuat saya lebih sadar dengan keadaan sekitar	298	360	82.8%	Sangat Puas	
4.	Narasi TV membantu saya mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain	269	360	74.7%	Puas	
5.	Narasi TV membuat saya dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang saya dapatkan	287	360	79.7%	Sangat Puas	

(Sumber: olah data primer oleh peneliti 2023)

Dapat dilihat dari tabel 4.12 diatas hasil yang didapatkan yaitu jumlah skor dan persentase pada tiap-tiap item pernyataan responden pada dimensi kepuasan identitas interaksi sosial terhadap tayangan *YouTube Narasi TV* berdasarkan data yang telah didapatkan dari 90 mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 sebagai responden pada penelitian ini. Dimensi interaksi sosial pada peneitian ini meliputi kepuasan dari audiens dengan tayangan *YouTube Narasi TV* dalam memperoleh pengetahuan tentang berbagai berita dari media, menumbuhkan empati sosial, dan membantu audiens agar sadar terhadap keadaan sekitar. Selain itu, responden juga bisa mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain, dan juga dapat membantu dalam bertukar pikiran dengan orang lain terkait dengan informasi yang didapatkan. Gambaran

kepuasan audiens yaitu mahasiswa mengenai kepuasan dimensi interaksi sosial dari tayangan *YouTube Narasi TV* diperoleh jumlah rata-rata persentase 80.5%. Dengan diperolehnya rata-rata dari persentase 80.5% pada dimensi interaksi sosial, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori sangat puas.

Pada pernyataan pertama yaitu “Narasi TV membantu saya mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 306 dengan persentase skor 85%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita melalui media sosial seperti *YouTube*.

Pada pernyataan kedua yaitu “Narasi TV membantu saya memiliki empati sosial” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 289 dengan persentase skor 80.3%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens memiliki ataupun menumbuhkan empati sosial.

Pada pernyataan ketiga yaitu “Narasi TV membuat saya lebih sadar dengan keadaan sekitar” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 298 dengan persentase skor 82.8%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens lebih sadar akan keadaan sekitar.

Pada pernyataan keempat yaitu “Narasi TV membantu saya mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 269 dengan persentase skor 74.7%. Skor tersebut termasuk dalam kategori puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens mendapatkan bahan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain.

Pada pernyataan kelima yaitu “Narasi TV membuat saya dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang saya dapatkan” diperoleh hasil data dari responden dengan jumlah skor 289 dengan persentase skor 79.7%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Berdasarkan data tersebut menggambarkan rasa kepuasan dengan menonton tayangan konten pada *YouTube Narasi TV* dapat membantu audiens untuk dapat berdiskusi atau bertukar pikiran dengan orang lain terkait dengan informasi yang didapatkan melalui media *YouTube Narasi*.

Dari kelima data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 berdasarkan dimensi interaksi sosial diperoleh rata-rata persentase sebesar 80.5%. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert. Data tersebut menggambarkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh mahasiswa tidak sepuas pada dimensi informasi dan identitas pribadi namun masih berada diatas kepuasan hiburan. Sehingga rasa kepuasan akan interaksi sosial dapat terpenuhi dengan berada pada kategori sangat puas. Hal ini dapat dikarenakan oleh berbagai konten pengetahuan yang dapat menumbuhkan empati sosial, membantu berinteraksi dengan orang lain, dan juga berdiskusi terkait dengan informasi yang didapatkan pada *YouTube Narasi* yang dapat mengedukasi audiesnya sehingga responden merasakan kepuasan pada dimensi interaksi sosial.

Untuk mengetahui jumlah skor persentase pada keseluruhan pernyataan dan dimensi kepuasan dapat dilakukan perhitungan rata-rata pada persentase skor keempat dimensi kepuasan. Rata-rata keseluruhan skor dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.21 Jumlah rata-rata skor persentase

No.	Dimensi Kepuasan	Skor %	Rata-rata %
1.	Informasi	84,1%	79,6%
2.	Hiburan	70,8%	
3.	Identitas Pribadi	83,1%	
4.	Interasi Sosial	80,5%	

(Sumber: olah data primer oleh peneliti 2023)

Dapat terlihat pada tabel 4.13 yang merupakan perhitungan jumlah keseluruhan tingkat kepuasan audies *Narasi TV* terhadap empat dimensi kepuasan. Telah didapatkan hasil dengan rata-rata persentase yaitu 79,6%. Dengan diperolehnya rata-rata persentase 79,6%, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori sangat puas.

E. Pembahasan

Pada bagian ini yaitu pembahasan peneliti akan menjelaskan dan meguraikan hasil pengolahan data dari penelitian sudah terlaksana. Peneliti telah menyebarkan kuisioner kepada 90 responden yang merupakan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya memiliki empat program studi yang mana terdiri dari Ilmu Komunikasi, Psikologi, PBI, dan HI. Dengan jumlah total dari populasi adalah 887 mahasiswa akan digunakan teknik pengambilan sampling dengan *Purposive sampling* sebagai acuan memperoleh sampel yang dapat mewakili populasi. Karakteristik yang digunakan yakni mahasiswa aktif FPSB UII angkatan 2020 dan pernah menyaksikan tayangan *Narasi TV*. Dengan digunakannya rumus Slovin, 90 mahasiswa sebagai sampel.

Berdasarkan data hasil penyebaran kuisioner yang berisikan 27 pernyataan mengenai kepuasan audiens *Narasi TV* kepada 90 responden yang merupakan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 yang menonton tayangan *Narasi TV* di *YouTube*. Berlandaskan pada teori *Uses and Gratification* terdapat empat dimensi pada kepuasan mahasiswa terhadap konten *Narasi TV* di *YouTube* yaitu terkait kepuasan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Perolehan data menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan jumlah 59 mahasiswa dan 31 mahasiswa perempuan. Data statistik berdasarkan kategori usia menunjukkan bahwa sebagian besar audiens *YouTube Narasi TV* didominasi oleh usia 21-25 tahun dengan jumlah 54 mahasiswa yakni 60% dari keseluruhan jumlah sampel dan 36 mahasiswa berkategori usia 15-20 tahun dengan persentase 40%. Berdasarkan olah data SPSS, responden rata-rata didominasi usia di atas 20-25 tahun yang berasal dari program studi Psikologi dengan total menonton sebanyak 1-2 kali dalam sebulan.

Berdasarkan hasil pengujian instrument pernyataan dengan dilakukannya analisis Uji validitas dan uji reabilitas yang telah diuji menggunakan SPSS. Maka telah diperoleh pada uji validitas bahwa seluruh indikator dari pernyataan menunjukkan r hitung $>$ r tabel. Sehingga seluruh item pernyataan valid dan memiliki akurasi yang baik. Kemudian dilakukannya uji reabilitas untuk membuktikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuisioner dinyatakan realibel atau telah teruji dan dapat dipercaya. Uji reabilititas pada penelitian ini menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,962 yang mana lebih tinggi dari 0,60, maka seluruh item realibel.

Pernyataan responden mengenai indikator kepuasan Informasi memberikan rata-rata persentase skor sebesar 84,1% yang dimana masuk dalam kategori sangat puas. Sehingga indicator informasi menjadi indikator yang memiliki nilai paling tinggi, jadi dapat diketahui bahwa kepuasan tertinggi yang didapatkan oleh responden yaitu indikator informasi. Responden memberikan nilai tertinggi pada pernyataan “Memperoleh informasi dari konten Narasi”. Terihat dari penyataan responden pada indikator kepuasan informasi, bahwa dengan menyaksikan tanyangan *Narasi* dapat memberikan berbagai informasi terkini, faktual, mendapatkan sudut pandang baru, mendapatkan tambahan pengetahuan, kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak responden merasa kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi dengan menonton tayangan Narasi TV di *YouTube*.

Kemudian, Pernyataan responden mengenai indikator kepuasan identitas pribadi memberikan rata-rata persentase skor sebesar 83,1% yang dimana masuk dalam kategori sangat puas. Sehingga indicator kepuasan identitas pribadi merupakan peringkat kedua setelah kepuasan informasi. Responden memberikan nilai tertinggi pada pernyataan “Menonton Narasi dapat menjadikan pribadi yang berpengatahuan luas”. Terihat dari penyataan responden pada indikator kepuasan identitas pribadi, bahwa dengan menyaksikan tayangan Narasi dapat menjadikan pribadi yang bepengatahuan luas, membantu memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu, membantu mengetahui realitas masyarakat, membantu memiliki pandangan dan pendapat sendiri, dan juga dapat membantu memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa cukup banyak responden merasa kepuasan identitas pribadi dapat terpenuhi dengan menonton tayangan *Narasi TV* di *YouTube*.

Kemudian indikator kepuasan yang ketiga yaitu indikator kepuasan interaksi sosial. Pernyataan responden mengenai indikator kepuasan interaksi sosial memberikan rata-rata persentase skor sebesar 80,5% yang dimana masuk dalam kategori sangat puas. Responden memberikan nilai tertinggi pada pernyataan “Narasi membantu memiliki empati sosial”. Terlihat dari pernyataan responden pada indikator interaksi sosial, bahwa dengan menyaksikan tayangan *Narasi* dapat membantu memiliki empati sosial, membantu lebih sadar dengan keadaan sekitar, membantu mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain, dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang didapatkan, dan juga membantu mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita di media. Sehingga dapat disimpulkan bahwa cukup banyak responden merasa kepuasan interaksi sosial dapat terpenuhi dengan menonton tayangan *Narasi TV* di *YouTube*.

Dan untuk indikator keempat yaitu indikator kepuasan hiburan. Berdasarkan data yang telah diperoleh, menunjukkan bahwa indikator kepuasan hiburan berada pada tingkat terakhir. Pernyataan responden mengenai indikator kepuasan hiburan memberikan rata-rata persentase skor sebesar 70,8% yang dimana masuk dalam kategori puas. Responden memberikan nilai tertinggi pada pernyataan “Konten *Narasi* dapat disaksikan saat bersantai”. Terlihat dari pernyataan responden pada indikator kepuasan hiburan, bahwa dengan menyaksikan narasi dapat membantu mengusir rasa kesepian, membuat merasa senang, membantu melupakan kesedihan, mengusir rasa jenuh setelah beraktifitas, mengaihkan pikiran dari stress, dapat disaksikan saat bersantai, dan juga membuat merasa terhibur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan responden akan hiburan kurang terpuaskan, peneliti menduga bahwa responden tidak mengharapkan tayangan konten hiburan dari *Narasi TV* dikarenakan responden bisa mendapatkannya dari media lain.

Hasil yang diperoleh dari pernyataan responden mengenai keempat indikator kepuasan, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan tertinggi yang didapatkan adalah informasi yang diberikan, karena *Narasi TV* memberikan informasi yang luas dan faktual serta banyak informasi tambahan bagi mahasiswa sehingga informasi tersebut bermanfaat. Selain itu, responden juga mendapat sudut pandang baru, pilihan informasi, serta tambahan pengetahuan. Yang kedua yaitu identitas pribadi karena dengan menyaksikan tayangan narasi dapat membantu mengetahui realitas dimasyarakat, menjadikan pribadi yang berpengetahuan luas, dan juga menjadikan pribadi yang peka terhadap berbagai isu. Yang ketiga yaitu interaksi sosial dengan menyaksikan tayangan narasi responden merasa dapat menumbuhkan empati sosial, mendapatkan informasi yang bisa dijadikan bahan untuk bertukar pikiran, dan juga mendapatkan pengetahuan berbagai berita dari media. Yang keempat yaitu hiburan yang bisa didapatkan tidak hanya melalui TV, Namun mudah di akses dengan internet yaitu melalui *YouTube*. Oleh karena itu, *Narasi TV* bisa diakses dimana saja dan kapan saja bahkan waktu bersantai sehingga mudah dalam mengikuti perkembangan berita apapun. Selain itu, dengan melihat *Narasi TV* dapat mengurangi rasa jenuh setelah beraktivitas, mengalihkan pikiran dari masalah dan stres, serta menghibur.

Jumlah keseluruhan tingkat kepuasan audies *Narasi TV* terhadap empat dimensi kepuasan. Telah didapatkan hasil dengan rata-rata persentase yaitu 79,6%. Dengan diperolehnya rata-rata persentase 79,6%, berdasarkan skala likert jumlah tersebut masuk dalam kategori sangat puas. Sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan audiens yaitu mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 merasa sangat puas dengan konten *Narasi TV*.

Setiap konten yang ada di *YouTube* seperti *Narasi TV* bisa mempengaruhi alasan orang dalam mengaksesnya. *Narasi TV* lebih memberikan informasi mengenai berbagai hal yang sedang terjadi, nasionalis, serta berita terupdate yang terjadi bahkan viral. Ketika ada berita atau isu terkini, akan mendorong seseorang dalam mengakses media seperti *YouTube* agar kebutuhan terhadap isu tersebut terpenuhi. Kesimpulannya, responden mengakses *Narasi TV* untuk mengetahui isu terkini yang sedang terjadi.

Berdasarkan dengan teori dan hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini ditemukan bahwa teori penggunaan dan kegunaan yaitu Uses and Gratification dapat menunjukkan seberapa besar tingkat kepuasan yang diperoleh ketika menggunakan atau menyaksikan konten di YouTube Narasi TV. Audiens dapat secara aktif memilih media atau konten apa yang ingin disaksikan sesuai dengan kebutuhan dan perasaan mahasiswa FPSB UII. Teori ini dapat dibuktikan dengan tingkat kepuasan yang diberikan oleh Narasi TV memberikan respon yang positif. Responden merasa terpenuhi akan kebutuhan informasi pada masyarakat. Teori Uses and Gratification menunjukkan bahwa bagaimana media memenuhi kebutuhan audiens, sehingga audiens dapat dengan aktif memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan yang diperoleh mahasiswa yakni informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hermawan, F (2022) dengan menganalisis minat masyarakat pengguna platform YouTube sebagai media komunikasi digital masa kini. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa audiens lebih meminati konten hiburan pada Youtube. Sedangkan pada penelitian ini audiens YouTube Narasi TV mendapatkan kepuasan tertinggi pada dimensi informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap audiens memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dalam mengakses dan menyaksikan konten di YouTube.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tingkat kepuasan mahasiswa FPSB UII angkatan 2020 terhadap channel *YouTube Narasi* tergolong sangat puas, yakni data dan nilai yang telah diperoleh sebesar 79,6% dari hasil yang didapatkan dari perhitungan rata-rata yang diperoleh dari empat dimensi. Nilai yang telah didapatkan yaitu 79,6% masuk dalam kategori sangat puas berdasarkan skala likert.

Kepuasan tertinggi yaitu kepuasan dimensi informasi. Karena informasi yang diberikan *Narasi TV* faktual serta banyak informasi tambahan bagi mahasiswa sehingga informasi tersebut bermanfaat. Informasi memiliki persentase tertinggi sebesar 84,1% dari pernyataan responden.

Tingkat kepuasan yang merupakan peringkat kedua yaitu kepuasan identitas pribadi. Karena dengan menyaksikan tayangan narasi para responden merasa bahwa dapat membantu mengetahui realitas dimasyarakat, menjadikan pribadi yang berpengetahuan luas, dan juga menjadikan pribadi yang peka terhadap berbagai isu. Identitas pribadi memiliki persentase 83,1% dari pernyataan responden.

Tingkat kepuasan yang ketiga yaitu interaksi sosial. Dengan menyaksikan tayangan narasi responden merasa dapat menumbuhkan empati sosial, mendapatkan informasi yang bisa dijadikan bahan untuk bertukar pikiran, dan juga mendapatkan pengetahuan berbagai berita dari media. Interaksi sosial memiliki persentase 80,5% dari pernyataan responden.

Tingkat kepuasan yang terakhir yaitu hiburan. Berdasarkan pernyataan para responden merasakan dengan menyaksikan tayangan narasi memberi rasa puas, senang, dan mengurangi rasa kesepian akibat ada hal-hal yang bisa dipikirkan dan direnungkan. Hiburan memiliki persentase 70,8% dari pernyataan responden.

B. Keterbatasan Penelitian

Setelah melalui berbagai proses dalam penyusunan penelitian. Peneliti merasakan ada hal-hal yang seharusnya masih bisa lebih dimaksimalkan dalam penelitian ini. Terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti. Sehingga peneliti berharap dengan keterbatasan yang dialami oleh peneliti dapat menjadi perhatian dan pembelajaran untuk peneliti selanjutnya.

1. Responden yang digunakan hanya 90 responden, hal ini dirasa oleh peneliti kurang bisa menggambarkan keadaan dan fakta sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya berfokus pada satu media sosial yaitu *YouTube* yang mana banyak media sosial lain yang juga dimiliki oleh *Narasi* seperti *Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook*.

C. Saran

Dari pengalaman peneliti pada penyusunan penelitian ini, ada saran yang akan disampaikan oleh peneliti dan mungkin bisa membantu pembaca.

1. Diharapkan program *Narasi* terus meningkatkan kualitasnya agar semakin meningkatnya tingkat kepuasan yang akan diperoleh.
2. Dikarenakan sampel penelitian ini hanya 90, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya bisa memanfaatkan sampel dengan jumlah yang lebih banyak dan luas. Saran ini bertujuan agar data yang didapatkan bisa memiliki nilai akurat yang lebih tinggi dan lebih baik lagi.
3. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan tambahan variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap banyak hal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2008). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachdar, S. (2018, Oktober 13). *Najwa Shihab Bicara Soal Masa Depan Narasi TV*. Retrieved from Marketeers: <https://www.marketeers.com/najwa-shihab-bicara-soal-masa-depan-narasi-tv/>
- Baran, & Davis. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (5th Ed.)*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Boer, R. (2019). Relationship Marketing dan Mata Najwa Sebagai Bagian dari Strategi Memasarkan Narasi.tv. *Jurnal Ultimacomm Vol.11, No.2*.
- Bungin, B. (2005). *Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Cai, J., & W, Y. (2019). Live Streaming Commerce: Uses and Gratification Approach to Understanding Costemers Motivation. *AIS eLibrary*.
- Diwangsa, Aritonang, & Wijayanti. (2019). motif dan kepuasan subscriber menonton program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV. *Jurnal E-Komunikasi Vol 7. No.2, 1-11*.
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKis.

- Haqqu, R., S, H., & Slamet, Y. (2019). Teenagers Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program Trought YouTube. *Jurnal The Messenger Cultural Studies, IMC and Media Vol 11, No.1*, 38-45.
- Hermawan, F. (2022). Analisis minat masyarakat pengguna platform YouTube sebagai media komunikasi digital masa kini. *Jurnal Managemen Vol 14 Issue 3*, 564-573.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kencana, W., & Djamal, M. (2021). Startup Television: New Form In Digital Journalism. *IKRA-ITH Humaniora Vol 5 No 2*, 106-117.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, D. (1994). *Teori Komunikasi Massa : suatu pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Morrisan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mudhar. (2017). *Validitas dan Reabilitas : Cara Mudah Analisis Secara Manual, Microsoft Excel dan SPSS*. Surabaya: Adi Buana University Press.
- Nawawi, H. (2006). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press,1991.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ramadhini, & Mayangsari. (2020). Motif dan Kepuasan Audiens Menonton Web Series Channel YouTube Toyota Indonesia. *e-Procceding of Management Vol 7 No 3*, 7158-7171.
- Rianto, P., Afifi, S., & Hariyanti, P. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 dan Implikasinya pada Strategi Komunikasi. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 10 (01)*, 28-38.
- Riduwan. (2010). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan. (2004). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rohman, J., & J, H. (2017). Situs YouTube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpuastakaan Vol 6, No 1*, 1-12.
- Setiadi, A., Afifi, S., & Suparno, B. (2021). Adaptasi Manajemen Penyiaran Multi-platform di Era Disrupsi (Studi Kasus TV Swasta di Indonesia). *Asian Jurnal of Media and Communication*.
- Siyoto, S., & Muhammad, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

We are Social. (2022, February 15). Retrieved from Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Whiting, A. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research An International Journal*, 362-369.

LAMPIRAN

KUISIONER

ANALISIS KEPUASAN AUDIENS NARASI TV SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN INFORMASI DAN HIBURAN

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Daerah asal :

No. Handphone :

Program Studi :

- a. Psikologi
- b. Ilmu Komunikasi
- c. Pendidikan Bahasa Inggris
- d. Hubungan Internasional

Berapa kali anda menyaksikan Narasi TV dalam 1 bulan?

- a. 1-2 kali
- b. 3-5 kali
- c. Lebih dari 5 kali

DAFTAR PERTANYAAN

Kepuasan motif informasi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Konten yang ditayangkan oleh Narasi TV mengandung banyak informasi				
2.	Informasi yang disajikan Narasi TV bermanfaat bagi saya				
3.	Saya dapat mengetahui informasi terkini dari konten Narasi TV				
4.	Saya mendapatkan informasi factual dari menonton konten Narasi TV				
5.	Saya mendapatkan sudut pandang baru dengan Menyaksikan Narasi TV				
6.	Saya mendapatkan tambahan pengetahuan melalui program talkshow di tayangan Narasi TV				
7.	Saya bisa mendapatkan berbagai pilihan informasi tanpa adanya batasan waktu				
8.	Kebutuhan informasi saya terpenuhi dari menonton tayangan Narasi TV				
9.	Saya merasa puas dengan informasi yang saya dapatkan dari tayangan Narasi TV				

Kepuasan motif hiburan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Menonton Narasi Tv dapat membantu saya mengusir rasa kesepian				
2.	Menonton Narasi Tv dapat membuat saya merasa senang				

3.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya melupakan kesedihan				
4.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengusir rasa jenuh setelah beraktivitas				
5.	Menonton Narasi TV dapat mengalihkan pikiran dari masalah dan stres				
6.	Konten Narasi TV dapat disaksikan saat bersantai				
7.	Menonton Narasi TV membuat saya merasa terhibur				
8.	Saya merasa puas dengan berbagai konten hiburan yang disajikan oleh Narasi TV				

Kepuasan motif identitas pribadi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Menonton Narasi TV dapat menjadikan saya pribadi yang bepengatahuan luas				
2.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya memiliki kepribadian yang peka terhadap berbagai isu				
3.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya mengetahui realitas masyarakat				
4.	Menonton Narasi TV membuat saya memiliki pandangan dan pendapat sendiri				
5.	Menonton Narasi TV dapat membantu saya memperoleh berita sesuai dengan kebutuhan pribadi				

Kepuasan motif intergrasi dan interaksi sosial

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Narasi TV membantu saya mendapatkan pengetahuan tentang berbagai berita dari media				
2.	Narasi TV membantu saya memiliki empati sosial				

3.	Narasi TV membuat saya lebih sadar dengan keadaan sekitar				
4.	Narasi TV membantu saya mendapatkan bahan percakapan saat berinteraksi dengan orang lain				
5.	Narasi TV membuat saya dapat bertukar pikiran dengan orang lain terkait informasi yang saya dapatkan				



FAKULTAS
PSIKOLOGI &
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. fpsb@uii.ac.id
W. fpsbuii.ac.id

Tanggal : 15 November 2022
Nomor : 2379/DPS/70/DURT/XI/2022
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Salwa
Nomor Induk Mahasiswa : 19321139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Puji Rianto, S.IP., M.A
Judul Skripsi :

“Analisis Kepuasan Audiens Narasi TV Sebagai Media Pemenuhan Informasi dan Hiburan
(Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing Skripsi

Puji Rianto, S.IP., M.A



KOMITE ETIK PENELITIAN
FAKULTAS PSIKOLOGI &
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. etikapenelitian.fpsb@uii.ac.id
W. fpscs.uui.ac.id

KETERANGAN LAYAK ETIK
DESCRIPTION OF ETHICAL APPROVAL
“ETHICAL APPROVAL”

No. 367/DEK/70/DURT/III/2023

Protokol penelitian yang diusulkan oleh:
The research protocol proposed by

Peneliti : Salwa
Researcher

Nama Institusi : Universitas Islam Indonesia
Name of The Institution

Dengan judul:
Title

“Analisis Kepuasan Audiens Narasi TV (Survei pada Mahasiswa FPSB UII Angkatan 2020)”

“Analysis of Narasi TV Audience Satisfaction (Survey of FPSB UII Students Batch 2020)”

Dinyatakan layak etik sesuai 7 (tujuh) Standar WHO 2011, yaitu 1) Nilai Sosial, 2) Nilai Ilmiah, 3) Pemerataan Beban dan Manfaat, 4) Risiko, 5) Bujukan/Eksploitasi, 6) Kerahasiaan dan Privacy, dan 7) Persetujuan Setelah Penjelasan, yang merujuk pada Pedoman CIOMS 2016. Hal ini seperti ditunjukkan oleh terpenuhinya indikator setiap standar.

Declared to be ethically appropriate in accordance to 7 (seven) 2011 WHO Standards, 1) Social Values, 2) Scientific Values, 3) Equitable Assessment and Benefits, 4) Risks, 5) Persuasion/Exploitation, 6) Confidentiality and Privacy, and 7) Informed Consent, referring to the 2016 CIOMS Guidelines. This is as indicated by the fulfillment of the indicators of each standards.

Pernyataan layak etik ini berlaku selama kurun waktu tanggal 6 Maret 2023 sampai dengan tanggal 5 Maret 2024.

This declaration of ethics applies during the period March 6th, 2023 until March 5th, 2024.

Dekan/Dean,

Dr. Phis Qurrotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog

March 6th, 2023
Kepala/Chair Person,


Dr. Hepi Wahyaningsih, S.Psi., M.Si.

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
H.7	Pearson Correlation	.633**	.747**	.624**	.602**	.662**	.592**	1	.671**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
H.8	Pearson Correlation	.549**	.729**	.546**	.646**	.630**	.545**	.671**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total.Hiburan	Pearson Correlation	.808**	.894**	.820**	.848**	.859**	.684**	.840**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi

Correlations

		IP.1	IP.2	IP.3	IP.4	IP.5	Total. Identitas.Pribadi
IP.1	Pearson Correlation	1	.710**	.654**	.488**	.619**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IP.2	Pearson Correlation	.710**	1	.741**	.644**	.698**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IP.3	Pearson Correlation	.654**	.741**	1	.611**	.670**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IP.4	Pearson Correlation	.488**	.644**	.611**	1	.618**	.791**
	Sig. (2-tailed)						

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IP.5	Pearson Correlation	.619**	.698**	.670**	.618**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Total.Identitas.Pribadi	Pearson Correlation	.817**	.895**	.864**	.791**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial

Correlations

		IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	Total.Interaksi.Sosial
IS.1	Pearson Correlation	1	.570**	.590**	.461**	.369**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IS.2	Pearson Correlation	.570**	1	.677**	.594**	.456**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IS.3	Pearson Correlation	.590**	.677**	1	.454**	.481**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IS.4	Pearson Correlation	.461**	.594**	.454**	1	.686**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
IS.5	Pearson Correlation	.369**	.456**	.481**	.686**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90

Total.Interaksi.Sosia	Pearson	.745**	.834**	.792**	.823**	.763**	1
I	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Informasi

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.918	9

Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Hiburan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.930	8

Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Identitas Pribadi

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.900	5

Uji Reabilitas Kepuasan Dimensi Interaksi Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.850	5