

**MOTIF DAN KEPUASAN MENGAKSES CHANNEL YOUTUBE SANTRI
GAYENG DI KALANGAN SANTRI PONDOK PESANTREN HIDAYATUL**

MUBTADI-IEN KOTAGEDE YOGYAKARTA



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun oleh :

**Thoha Khamdan Sukroni
NIM : 16210037**

Pembimbing :

**Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1609/Un.02/DD/PP.00.9/10/2021

Tugas Akhir dengan judul : MOTIF DAN KEPUASAN MENGAKSES CHANNEL YOUTUBE SANTRI GAYENG DIKALANGAN SANTRI PONDOK PESANTREN HIDAYATUL MUBTADI - IEN KOTAGEDE YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : THOHA KHAMDAN SUKRONI
Nomor Induk Mahasiswa : 16210037
Telah diujikan pada : Senin, 16 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 6188986fa009a



Pengaji I

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61853666a1f16



Pengaji II

Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 613b953ae0d64



Yogyakarta, 16 Agustus 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Valid ID: 6188a83158be0





KEMETRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230

<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah &
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama	:	Thoha Khamdan Sukroni
NIM	:	16210037
Jurusan	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi	:	Motif dan Kepuasan Mengakses Channel YouTube Santri Gayeng di Kalangan Santri Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-iен Kotagede Yogyakarta

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 Agustus 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos.,M.Si
NIP. 19840307 201101 1 013

Pembimbing Skripsi

Drs. Abdul Rozak, M. Pd.
NIP. 19730221 199903 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Thoha Khamdan Sukroni

NIM : 16210037

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "**Motif dan Kepuasan Mengakses Channel YouTube Santri Gayeng di Kalangan Santri Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-iен Kotagede Yogyakarta**" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung unsur plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 02 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Thoha Khamdan Sukroni
NIM : 16210037

HALAMAN PESEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga atas doa dan segala dukungan yang tiada henti.
2. Teman-teman Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2016.
3. Jajaran dosen dan staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

**Jangan takut untuk jatuh, karena mereka yang tidak pernah
memanjatlah yang tidak pernah jatuh.**

-Buya Hamka-



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan kepada Allah SWT berkat limpahan rahmat taufik serta ridho-Nya. Sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada baginda Rasull Nabi Muhammad SAW, rasul penuntun umat yang kita nantikan syafaatnya di hari akhir nanti. Alhamdulillahirobil'alamin penulis akhirnya mampu untuk menyelesikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata I (SI) dengan judul "**MOTIF DAN KEPUASAN MENGAKSES CHANNEL YOUTUBE SANTRI GAYENG DI KALANGAN SANTRI PP HIDAYATUL MUBTADIIN KOTAGEDE YOGYAKARTA**".

Penulis tentu menyadari jika dalam proses penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S. Sos., M. Si. Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
4. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan senantiasa

memberi bimbingan dan pengarahan penulis selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi.

5. Jajaran Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mencerahkan ilmu serta bimbingan dalam masa perkuliahan.
6. Jajaran Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan.
8. Semua pihak yang telah berkenan membantu penelitian ini, terutama pengurus PP Hidayatul Mubtadi-i'en Kotagede Yogyakarta dan Admin *channel* Youtube Santri Gayeng. Semoga Allah memberikan balasan yang setimpal atas seluruh bantuannya.

Skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki penelitian ini. Semoga skripsi ini mendapat berkah dan bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin.

ABSTRAK

Youtube menjadi salah satu media sosial yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan sehari-hari masyarakat di mana mayoritas masyarakat menggunakan youtube sebagai media pilihan untuk membantu aktivitas, akan tetapi mereka juga selektif dalam memilih apa yang ingin mereka konsumsi misalnya, mencari informasi atau hanya sekadar mencari hiburan, yang sekiranya sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Hal tersebut yang juga dimanfaatkan oleh *channel* Youtube Santri Gayeng yang mengunggah kajian dari K.H Bahauddin Nursalim ke Youtube dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan jamaah akan kajian keislaman. Seperti yang dilakukan santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien di mana untuk memenuhi kebutuhan informasi khususnya tentang keislaman, santri di P.P Hidayatul Mubtadi-ien mengakses *channel* Santri Gayeng, akan tetapi setiap individu tentu memiliki motif tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden dengan menggunakan teknik *random sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik *chi square*.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti terapat hubungan antara motif dengan kepuasan pada santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien. Hal ini dinyatakan dengan adanya 13 indikator yang mempunya nilai lebih kecil dari pada 0,05 yang berarti indikator tersebut mempunyai hubungan antara motif dan kepuasan.

Kata kunci: *Youtube, Santri Gayeng, Santri, Motif, Kepuasan. Uses and Gratification.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PESEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori	11
G. Kerangka Pemikiran.....	21
H. Hipotesis.....	22
I. Sistematika pembahasan.....	23
BAB II METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Analisis Penelitian	25
B. Definisi Konseptual	25
C. Motif	26
D. Kepuasan.....	27
E. Definisi operasional	28
F. Populasi dan sampel.....	32
G. Instrumen Penelitian.....	33
H. Teknik Pengumpulan Data.....	34

I.	Validitas dan Reliabilitas	35
J.	Analisis Data.....	39
BAB III GAMBARAN UMUM.....	41	
A.	Penggunaan Media Sosial pada Santri.....	41
B.	Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-i'en Kotagede Yogyakarta	42
C.	<i>Channel</i> Youtube Santri Gayeng.....	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	46	
A.	Data Responden.....	46
B.	Deskripsi Hasil Penelitian	47
C.	Motif Santri Mengakses Channel Youtube Santri Gayeng.....	47
D.	Kepuasan Santri Dalam Menonton Channel YouTube Santri Gayeng	52
E.	Analisis Data.....	57
F.	Interpretasi Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP	68	
A.	Kesimpulan.....	68
B.	Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	70	
LAMPIRAN.....	73	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	36
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 4. Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel X	38
Tabel 5. Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Y	39
Tabel 6. Data Umur Responden	46
Tabel 7. Motif Informasi.....	48
Tabel 8. Motif Identitas Diri.....	49
Tabel 9. Motif Interaksi Sosial.....	50
Tabel 10. Motif Hiburan.....	51
Tabel 11. Total Keseluruhan Motif	52
Tabel 12. Kepuasan Informasi.....	53
Tabel 13. Kepuasan Identitas Pribadi.....	54
Tabel 14. Kepuasan Interaksi Sosial.....	55
Tabel 15. Kepuasan Hiburan.....	55
Tabel 16. Total Keseluruhan Variabel Kepuasan.....	56
Tabel 17. Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Informasi dengan Kepuasan Informasi.....	57
Tabel 18. Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Identitas Pribadi dengan Kepuasan Identitas Pribadi	58
Tabel 19. Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Interaksi Sosial dengan Kepuasan Interaksi Sosial	60
Tabel 20. Hasil Uji Chi Square Variabel Motif Hiburan dengan Kepuasan Hiburan	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

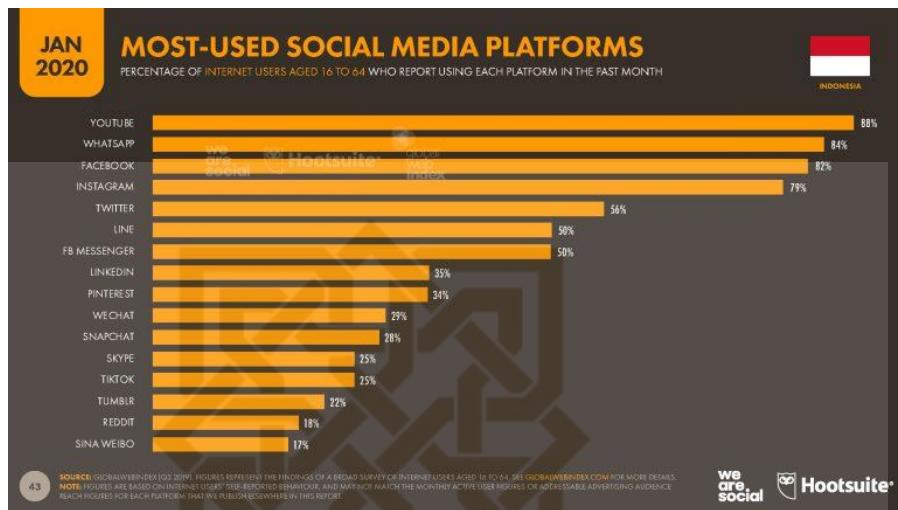
Internet dibuat dengan tujuan untuk membantu khalayak memenuhi kebutuhannya, khususnya dalam teknologi informasi. Media sosial hadir di tengah masyarakat sebagai media baru yang dirancang sedemikian rupa dengan tujuan untuk memudahkan semua orang untuk berkomunikasi.¹ Media sosial memiliki keunggulan dalam kemudahan dan kecepatan mengakses informasi, hiburan dan pendidikan, sesuai dengan yang apa masyarakat butuh kan. Di Indonesia terdapat beberapa media sosial yang cukup populer seperti WhatsApp, Twitter, Instagram, dan Youtube, dan lain-lain.

Youtube merupakan media sosial berbasis *web* yang digunakan untuk berbagi dan menonton video yang dibagikan oleh berbagai pihak secara gratis.² Menurut data dari *We Are Social*, Youtube menjadi *platform* yang paling sering digunakan di Indonesia terutama yang berusia dari 16 hingga 64 tahun dengan persentase Youtube 88%, dan beberapa media sosial paling sering

¹ Haidar Meshvara Sahid, Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan”, *Jurnal Teknik Elektro dan Vokasional (JTEV)*, vol 06 No. 2 (Agustus, 2020), hlm. 249.

² Fatty Faiqah, dkk. “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makssarvidgram”, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, vol 5 No.2 (Desember, 2016), hlm. 259.

diakses selanjutnya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook 82%, dan Instagram 79%.



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

Salah satu keunggulan Youtube adalah kemudahannya dalam menyebarluaskan informasi tanpa terbatas oleh ruang dan waktu sehingga tak heran jika konten Youtube saat ini sangat beragam, dari *channel* musik, berita, film dan konten dakwah. Dakwah melalui unggahan video di Youtube merupakan sebuah terobosan baru untuk tetap mensyiarakan agama islam dalam era serba digital saat ini. Video dengan materi dakwah diunggah ke Youtube, sehingga masyarakat dapat menonton tanpa terkendala oleh waktu.

Salah satu *channel* yang menggunakan Youtube sebagai media dakwah adalah *channel* Santri Gayeng. Santri Gayeng adalah *channel* dengan muatan video dakwah oleh salah satu ulama' terkemuka di Indonesia, beliau adalah K.H Bahaudin Nursalim atau lebih dikenal dengan Gus Baha. Konsep yang digunakan dalam *channel* Santri Gayeng adalah dengan cara mengunggah

cuplikan video ceramah dari Gus Baha, di mana setiap cuplikan memiliki tema yang berbeda dengan tampilan *thumbnail* yang menarik, sehingga memudahkan penonton dalam mencari video yang mereka inginkan. Dengan konsep tersebut, *channel* yang dipegang oleh santri Gus Baha ini sudah mengunggah video kajian Gus Baha sebanyak 928 video dan mampu mendapatkan lebih dari 350 ribu *subscriber* dan yang akan terus bertambah.

Kemudahan dan kecepatan dalam menyebarkan informasi tidak dapat dipungkiri jika pengguna Youtube datang dari berbagai kalangan, salah satunya dari kalangan santri. Santri adalah seseorang atau kelompok yang dalam kehidupannya tidak bisa dipisahkan dari ulama'. Santri dididik untuk menjadi pengikut dan penerus perjuangan para ulama yang setia.³ Seperti masyarakat umumnya, selain menjalankan kewajiban sebagai seorang santri, mereka juga melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan mereka khususnya dalam teknologi dan informasi, salah satunya melalui media sosial Youtube.

Selain mendapatkan ilmu pengetahuan keagamaan dari pondok, santri di P.P. Hidayatul Mubtadi-in dibebaskan dalam mencari tambahan ilmu di luar pondok, karena mayoritas santri di P.P. Hidayatul Mubtadi-iin merupakan mahasiswa, sehingga tidak dipungkiri jika para santri memanfaatkan teknologi informasi sebagai penunjang aktivitas mereka di pondok, salah satunya media sosial Youtube pada *channel* Santri Gayeng.

³ Imroni Achmad, Tesis "Pergeseran Orientasi Santri Salaf Dan Modern: Analisis Komparasi Di Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban Dan Pondok Modern Internasional Ar-Risalah Slahung Ponorogo'", (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017) hlm 26.

Dalam mengakses media sosial tentunya santri di P.P. Hidayatul Mubtadi-iен memiliki motif yang berbeda-beda sesuai dengan apa yang mereka butuh kan, karena setiap santri memiliki latar belakang dan lingkungan yang berbeda. Menurut McQuail, sebagaimana dikutip oleh Willian Gunawan, salah satu dari alasan seseorang menggunakan media adalah dari masalah yang muncul di lingkungan sosial atau psiklogis dan individu tersebut mengguakan media untuk melampiaskan masalah tersebut.⁴

Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti motif dan kepuasan menonton video dakwah pada *channel* Youtube Santri Gayeng di kalangan santri PP Hidayatul Mubtadiin Kotagede Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa motif santri PP Hidayatul Mubtadi-iен Kotagede dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng?
2. Seberapa besar kepuasan yang didapatkan santri PP Hidayatul Mubtadi-iен Kotagede dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng?

⁴ Willian Gunawan, "Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Kok Bisa", *Jurnal E-Komunikasi*, vol 5, no 2 (Surabaya; Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. 2017) hlm 4.

3. Apakah terdapat hubungan antara motif mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng dengan kepuasan santri PP Hidayatul Mubtadi-ien Kotagede?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dapat menjawab sesuai dengan rumusan masalah yakni:

1. Untuk mengetahui motif santri PP Hidayatul Mubtadi-ien dalam mengakses Youtube Santri Gayeng.
2. Untuk mengetahui kepuasan santri PP Hidayatul Mubtadi-ien dalam mengaksesakan Youtube Santri Gayeng.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara motif dan kepuasan dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng santri PP Hidayatul Mubtadi-ien.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi dan masukan bagi pembaca khususnya studi Komunikasi dan penyiaran Islam. Serta menambah pengetahuan dan keilmuan tentang pembahasan hubungan motif dan kepuasan mengakses channel Youtube.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pegiat dakwah digital dengan terus berinovasi sehingga dakwah lebih mudah diterima oleh semua golongan masyarakat di era modern.

E. Kajian Pustaka

Pertama adalah skripsi dengan judul “Motif Dan Kepuasan Mengakses akun Instagram Nurussalamkrapyak Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Nurussalam” yang ditulis oleh Lilik Nurjannah, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini ditulis untuk mengetahui kesenjangan antara motif dengan kepuasan yang diperoleh responden setelah mengakses akun Instagram nurussalamkrapyak. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan indikator motif menggunakan media menurut McQuail.⁵ Responden dalam penelitian ini adalah Santri Komplek Nurussalam yang mengakses *channel* instagram nurussalamkrapyak dengan jumlah sampel 50 responden. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel penelitian. Data dari kuesioner kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS dan diproses dengan *coding sheet* secara manual yang kemudian dianalisis. Selanjutnya digunakan *rumus discrepancy palmgreen* untuk mengetahui

⁵ Lilik Nurjannah, *Motif Dan Kepuasan Mengakses Channel Instagram Nurussalamkrapyak Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Nurussalam*, Skripsi (Yogyakarta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020).

kesenjangan antara motif dan kepuasan. Hasil dari perhitungan kesenjangan telah diketahui bahwa santri dalam mengakses *channel* nurussalamkrapayak dari 15 total indikator kepuasan, terdapat 8 indikator yang dapat memenuhi kepuasan karena persentase kesenjangan kurang dari 30%, yaitu 3 indikator kepuasan informasi, 3 indikator kepuasan identitas diri, dan 2 indikator dari kepuasan interaksi sosial. Sedangkan untuk indikator yang tidak memenuhi kepuasan karena persentase kesenjangan lebih dari 30% terdapat 7 indikator dari total 15 indikator, yaitu 1 indikator kepuasan informasi, 3 indikator kepuasan interaksi sosial, dan 3 indikator kepuasan hiburan.

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang motif dan kepuasan menggunakan media dengan teori *Use and Gratification*. Untuk perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subjek dan media yang diteliti, Lilik Nurjannah menggunakan media Instagram nurussalamkrapayak. Sedangkan penelitian ini menggunakan media Youtube Santri Gayeng.

Kedua adalah skripsi dari Irmalia Septiana, mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Penonton Pada Program Islam Itu Indah". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan kepuasan jika dilihat dari motif menonton acara tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif.⁶ Data yang dikumpulkan kemudian dihitung menggunakan rumus uji *Compare Means*. Hasil dari olah data dalam penelitian

⁶ Irmalia Septiana *Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Penonton Pada Program Islam Itu Indah*, Skripsi (Jakarta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013).

ini menunjukkan adanya perbedaan skor antara motif dan kepuasan. Variabel motif dan kepuasan informasi memiliki skor tertinggi di mana penonton memiliki harapan informasi dari menonton program tersebut. namun, perbedaan skor tertinggi terdapat pada dimensi hiburan. Maka kesimpulannya adalah program Islam Itu Indah belum dapat memuaskan penontonnya pada dimensi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, akan tetapi berhasil memberikan kepuasan pada dimensi hiburan.

Persamaannya adalah membahas kepuasan menggunakan media dengan teori *Use and Gratification*. Perbedaannya adalah di mana Irmalia Septiana melakukan penelitian kepada penonton televisi, sedangkan peneliti menggunakan media sosial Youtube.

Ketiga adalah artikel dengan judul “Motif Dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” Di Sctv”. Skripsi ini berfokus terhadap motif dan kepuasan masyarakat Denpasar yang menonton sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” yang tayang di SCTV.⁷ Untuk mengetahui apa yang diharapkan masyarakat kepada media yang mereka gunakan maka peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui hal tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengguakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner dengan skala Likert yang kemudian dibagikan kepada 348 responden dengan usia 16 – 34 tahun. Penelitian ini menggunakan

⁷ Della Ayu Lopiga, dkk, “Motif Dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” Di Sctv, Jurnal, E-Jurnal Medium vol 1, no 1. (November, 2017)

metode kuantitatif deskriptif, sedangkan untuk indikator motif yang yang digunakan adalah teori *uses and gratification* oleh Greenderg dan Woods, yaitu melarikan diri, pembelajaran sosial, kegembiraan sosial dan kebiasaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skor rata-rata antara motif dan kepuasan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa responden berusia 16-34 tahun di Denpasar tidak mendapatkan kepuasan setelah menonton sinetron. Hal itu dikarenakan responden menonton sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” hanya untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang.

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan teori *Use and Gratification*. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada subjek dan objek yang diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Denpasar dan objek penelitiannya adalah televisi yang berbeda dengan sosial media Youtube.

Keempat adalah artikel dengan judul “Analisis Kepuasan Penggunaan *Blackberry Mesengger* (BBM) Di Kalangan Santri Pondok Pesantren Al-Islah Bandarkidul, Mojoroto Kota Kediri.⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat motif dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi *Blackberry Mesengger* (BBM) di kalangan santri Pondok Pesantren Al-Islah Bandarkidul Mojoroto Kota Kediri.dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei,

⁸ Briant Nor Praduka dan Prima Ayu R.M. “Analisis Kepuasan Penggunaan Blacberry Mesengger (BBM) Di Kalangan Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Mojoroto Kota Kediri”, *Jurnal Mediakita*, vol. 1 no 1 (Januari,2017)

sedangkan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penlitian ini berjumlah 174 santri, sedangkan untuk mencari sampel penlitian digunakan rumus purposive sampling sehingga terkumpul 75 santri. data hasil dari kuesioner kemudian dimasukkan ke dalam *coding sheet* secara manual dan diinterpretasikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah motif santri Pondok Pesantren Al-Islah Kota Kediri dalam menggunakan *Blackberry Mesengger* (BBM) memiliki tingkatan motif informasi sebesar 50,7% termasuk dalam kategori tinggi, motif identitas pribadi 37,3% kategori sedang, motif integrasi dan interaksi sosial 6,7% kategori sangat tinggi, motif hiburan 2,7% kategori rendah dan 2,7% kategori sangat rendah pada setiap indikator. Sedangkan kepuasan yang diperoleh santri Pondok Pesantren Al-Islah Kota Kediri dalam penggunaan aplikasi ini juga memiliki tingkat kepuasan 57,3% dalam kategori tinggi pada indikator kepuasan informasi, 32% kategori sedang pada indikator kepuasan identitas pribadi, 5,3% kategori rendah pada indikator kepuasan integrasi dan interaksi sosial, 2,7% kategori sangat tinggi pada indikator kepuasan hiburan dan 2,7% kategori sangat rendah pada setiap masing-masing indikator.

Persamaan penelitian ini adalah memakai teori *uses and gratification* dan perbedaannya adalah pada media yang diteliti, yaitu aplikasi *Blackberry Mesengger* (BBM) sedangkan peneliti melakukan penelitian terhadap *channel* Youtube.

F. Kerangka Teori

Uses and Gratification mengasumsikan jika masyarakat atau individu dianggap memiliki kendali penuh dalam menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhannya. Namun dalam menggunakan media, setiap individu pasti memiliki alasan tersendiri untuk menggunakan media mana yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam proses alasan pemilihan media hingga tercapainya kepuasan terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Dalam praktiknya, teori *Uses and Gratification* dalam penelitian ini melihat bahwa seseorang dalam hal ini santri akan memilih atau menggunakan media yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya, kebutuhan inilah yang menjadi pemicu munculnya motif, dan motif akan mengarahkan perilaku seseorang dalam memilih dan menggunakan media, yang kemudian akan dipertanyakan apakah motif-motif tersebut dapat terpenuhi setelah khalayak mengonsumsi media tersebut.⁹

1. Teori Hierarki Kebutuhan

Dimulai dari kebutuhan manusia secara mendasar Abraham H. Maslow. Menurut Maslow pada dasarnya manusia memiliki beberapa tingkat kebutuhan yang berbeda, dari yang rendah hingga tingkatan yang ter tinggi

⁹ Makky Al Hamid, *Penggunaan Media Sosial Facebook di Kalangan Santri Pondok Pesantren As-Shmadiyah*, Skripsi (Surabaya: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hlm 47.

yang kemudian dari setiap kebutuhan memerlukan sebuah usaha agar kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Kebutuhan tersebut dibagi dalam lima tingkatan sebagai berikut : ¹⁰

a) Kebutuhan Fisiologis

Dapat dikatakan kebutuhan ini adalah kebutuhan dasar dari setiap makhluk hidup yang berhubungan dengan fisik, seperti kebutuhan akan sandang, pangan dan papan.

b) Kebutuhan akan rasa aman

Kebutuhan akan rasa aman dibagi menjadi dua, pertama rasa aman dari segi psikis dan yang ke dua rasa aman dari segi fisik. Kebutuhan dari segi psikis adalah kebutuhan rasa aman dari kejadian yang dapat menyebabkan gangguan psikis dan trauma. Sedangkan untuk rasa aman dari segi fisik adalah usaha mencari rasa aman dari ancaman terhadap bagian dari tubuh atau yang berhubungan dengan fisik.

c) Kebutuhan sosial

Setiap individu akan memerlukan kebutuhan sosial yang mencakup rasa perhatian, kebersamaan yang datang dari lingkungan.

d) Kebutuhan penghargaan diri

¹⁰ Siti Muazaroh dan Subaidi. "Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Ayariah)", *Jurnal Al-Mzhab*, vol. 1 no 1 (Juni,2019)

Kebutuhan penghargaan diri menjadi dua, yakni :

1) Internal

Kebutuhan yang datang dari dalam diri sendiri seperti kebutuhan akan adanya harga diri, kompetensi dan kepercayaan diri.

2) Eksternal

Keutuhan yang kita dapat dari luar diri atau orang lain seperti penghargaan, pengakuan, martabat dan kedudukan yang diberikan oleh orang lain kepada kita.

e) Kebutuhan Aktualisasi diri

Maslow mengungkapkan aktualisasi diri sebagai hasrat untuk menjadi diri sepenuhnya dengan kemampuan yang dimiliki. Kebutuhan akan aktualisasi diri ini merupakan aspek terpenting dalam teori ini.

2. Pertemuan Khalayak Dengan Media

DeFluer dan Ball Rokeach memberikan padangan mengedani pertemuan media dengan khalayak dengan tiga kerangka teoritis, yaitu :¹¹

1) Perspektif Perbedaan individual

Perspektif ini memiliki pandangan jika seseorang dari lingkungannya akan mendapatkan semacam stimulus, dan bagaimana

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 196.

ia memaknai stimulus tersebut bergantung kepada bagaimana ia dapat mengontrol dirinya. Hal ini menjelaskan bahwa lingkungan memiliki peran cukup penting bagi seseorang dalam menentukan pilihan penggunaan media .

2) Perspektif Kategori Sosial

Perspektif ini menjelaskan jika dalam masyarakat terdapat golongan sosial yang dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, tingkat pendapatan, keyakinan beragama dan tempat tinggal. Hal ini dapat diartikan seseorang akan cenderung lebih memilih isi komunikasi dan respon yang sama ketika berada dalam satu kelompok dari golongan tersebut.

3) Perspektif Hubungan Sosial

Perspektif ini menjelaskan jika peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa cukup penting. Secara singkat terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media. Faktor tersebut adalah organisasi personal psikologis individu seperti potensi diri, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman.

3. New Media

Pesatnya kemajuan teknologi informasi menjadikan media dalam berkomunikasi ikut mengalami perkembangan, yang membuat proses pertukaran informasi lebih mudah. Keberadaan teknologi informasi seperti komputer dan internet saat ini merupakan dampak dari perubahan media

massa terdahulu dengan media baru, di mana dengan adanya internet dan gadget berbagai inforfmasi dapat tersalurkan dengan lebih efektif. Tahun 1960-an sudah muncul istilah media baru, yang artinya media berbasis teknologi digital.¹² Pengertian secara sederhana tentang media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi manusia dan komputer, *smartphone* dan internet.¹³

McQuail memberikan pendapat mengenai ciri-ciri yang membedakan media baru dan media lama:¹⁴

- a. Desentralisasi, Pemasok komunikasi tidak lagi berkuasa atas pengadaan dan pemilihan berita.
- b. Kemampuan tinggi, dengan menggunakan teknologi modern seperti satelit dan kabel yang mampu mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan pemancar sinyal lainnya.
- c. Komunikasi timbal-balik, di mana penerima mendapat kebebasan untuk dapat memilih, menjawab, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung.
- d. Kelenturan dalam bentuk, isi dan penggunaan.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka media baru yang diteliti oleh penulis adalah media sosial Youtube.

¹² Masniari Dewi Cherly Siregar, dkk. Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Youtube Tasya Farasya, Jurnal E-Komunikasi vol 7. No 2. (2019), hlm. 4.

¹³ Yesi Puspita, *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*, Jurnal Pekommas, vol. 18 no. 3 (Desember. 2015), hlm. 204

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 14.

4. Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratification* adalah teori komunikasi massa yang cukup popular yang berpendapat bahwa seseorang bebas menggunakan media massa sesuai dengan motif mereka masing-masing. Teori *Uses and Gratification* pertama kali dicetuskan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974, mereka mengatakan jika individu berperan aktif dalam menentukan dan menggunakan media mana yang sesuai dengan yang mereka butuhkan. Artinya, seseorang adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha memenuhi kebutuhannya.¹⁵ Menurut Blumer dan Katz, terdapat lima sumsi yang mendasari teori ini, yaitu:

- a. Khalayak dianggap aktif, yang berarti khalayak memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan media.
- b. Kepuasan yang akan didapatkan ditentukan sendiri oleh inisiatif khalayak.
- c. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain, karena media massa hanyalah dari sebagian kebutuhan manusia. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media massa, tergantung kepada perilaku khalayak.
- d. Khalayak dapat menyimpulkan tujuan penggunaan media massa secara verbal. Artinya seseorang dianggap cukup mengerti dan dapat mengungkapkan apa yang menjadi motivasinya.

¹⁵ Masniari Dewi Cherly Siregar, dkk. Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Youtube Tasya Farasya, Jurnal E-Komunikasi vol 7. No 2. (2019), hlm. 2

- e. Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak itu sendiri.¹⁶

Michael Gurevitch, Elihu Katz dan Jay G. Blummer mengemukakan sebuah model riset *Uses and Gratification* yang mana pada model ini kondisi sosial-psikologis menjadi salah satu faktor penting yang menjadi timbulnya kebutuhan media masa seseorang. Berikut beberapa usulan yang menjelaskan peranan faktor-faktor sosial-psikologis tersebut.¹⁷

- a) Seseorang mengonsumsi media karena timbul kondisi ketegangan dan pertentangan dalam sosial-psikologis individu tersebut.
- b) Kondisi yang menciptakan kesadaran akan adanya masalah yang membutuhkan perhatian dan informasi
- c) Kondisi yang memberikan kesempatan di mana dengan mengonsumsi media dapat meningkatkan taraf hidup seseorang dalam memuaskan kebutuhan tertentu.
- d) Kondisi sosial-psikologis yang memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang selaras.
- e) Kondisi sosial-psikologis yang menyajikan sejumlah harapan yang telah diketahui isi materi media masa tertentu.

Dari beberapa usulan di atas dapat diartikan bahwa kondisi sosial-psikologis seseorang dapat mempengaruhi bagaimana konsumsi media masa individu tersebut.

¹⁶ Morissan, Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 509

¹⁷ Munawwar, Metode Riset Kuantitatif Komunikasi (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 78.

Teori *Use and Gratification* diperkaya oleh Philp Plamgreen dan temanya. Dasar dari pendapat Palmgreen tidak jauh berbeda dengan *teori Use and Gratification* di mana orang yang menggunakan media disebabkan oleh keinginan tertentu, namun konsep yang diteliti oleh Plamgreen lebih lanjut, yakni menanyakan apakah motif tersebut dapat terpenuhi setelah menggunakan media.¹⁸ Konsep pengukuran ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*).

5. Tinjauan Motif (*Gratification Sought*)

Gratification Sought menurut Plamgreen adalah motif yang mendorong individu untuk menggunakan media tertentu.¹⁹ *Gratification sought* dapat juga diartikan sebagai alasan yang muncul dari suatu kebutuhan yang ingin dicapai oleh seseorang pada obyek tertentu.²⁰ Motif dalam mengonsumsi media setiap orang tentunya berbeda. Dapat diartikan *gratification sought* dibentuk dari keyakinan seseorang tentang apa yang akan mereka dapat dari menggunakan media yang mereka pilih.

McQuail membuat beberapa kategori motif dalam penggunaan media sebagai berikut.²¹

a. Motif Informasi

¹⁸ Resti Aprida Mulya, Hubungan antara Motif penggunaan Fitur Line Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak menggunakan Fitur LINE Today, Jurnal Interaksi Online vol 4, no 6 (September.2018) hlm 5.

¹⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 208.

²⁰ Resti Aprida Mulya, Hubungan antara Motif penggunaan Fitur Line Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak menggunakan Fitur LINE Today, Jurnal Interaksi Online vol 4, no 6 (September.2018) hlm 4

²¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm. 72.

Yakni motif yang mendasari seseorang untuk mendapatkan informasi mengenai bimbingan berbagai masalah, pengetahuan tentang peristiwa yang terjadi di lingkungan, dan untuk memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

b. Motif identitas pribadi

Motif untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi seperti untuk menemukan model perilaku, untuk mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain, serta untuk meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Motif integrasi dan interaksi sosial

Motif yang berhubungan dengan interaksi dengan dunia luar, meliputi motif untuk memperoleh bahan pembicaraan dengan orang lain atau untuk lebih dekat dengan masyarakat.

d. Motif hiburan

Motif ini meliputi untuk melepaskan diri atau memisahkan diri dari permasalahan sehari-hari dan untuk bersantai, menyalurkan emosi, serta untuk mengisi waktu luang.

6. Tinjauan Kepuasan (Gratification Obtained)

Kepuasan dalam KBBI berasal dari kata puas yang memiliki arti merasa senang (lega, kenyang dan lain sebagainya) karena Hasrat dalam hatinya dapat terpenuhi.²² Menurut Plamgreen, *Gratification Obtained*

²² Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses dari <https://kbbi.web.id/puas>, 25 Juli 2020

adalah kepuasan yang nyata yang didapatkan oleh khalayak atau individu setelah mengonsumsi media.²³ Seseorang dapat dikatakan puas jika motif atau alasanya dalam menggunakan media data terpenuhi.

Kategori kepuasan dalam penelitian ini merujuk pada tipologi MacQuail adalah sebagai berikut :

a. Kepuasan dalam mendapatkan informasi

Yakni kepuasan yang mendasari seseorang untuk mendapatkan informasi mengenai bimbingan berbagai masalah, pengetahuan tentang peristiwa yang terjadi di lingkungan, dan untuk memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

b. Kepuasan identitas pribadi

Kepuasan untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi seperti untuk menemukan model perilaku, untuk mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain, serta untuk meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial

Kepuasan yang berhubungan dengan interaksi dengan dunia luar, meliputi motif untuk memperoleh bahan pembicaraan dengan orang lain atau untuk lebih dekat dengan masyarakat.

d. Kepuasan dalam memperoleh hiburan

²³ Resti Aprida Mulya, Hubungan antara Motif penggunaan Fitur Line Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak menggunakan Fitur LINE Today, Jurnal Interaksi Online vol 4, no 6 (September.2018) hlm 5.

Kepuasan ini meliputi untuk melepaskan diri atau memisahkan diri dari permasalahan sehari-hari dan untuk bersantai, menyalurkan emosi, serta untuk mengisi waktu luang.

7. Hubungan Motif dan Kepuasan

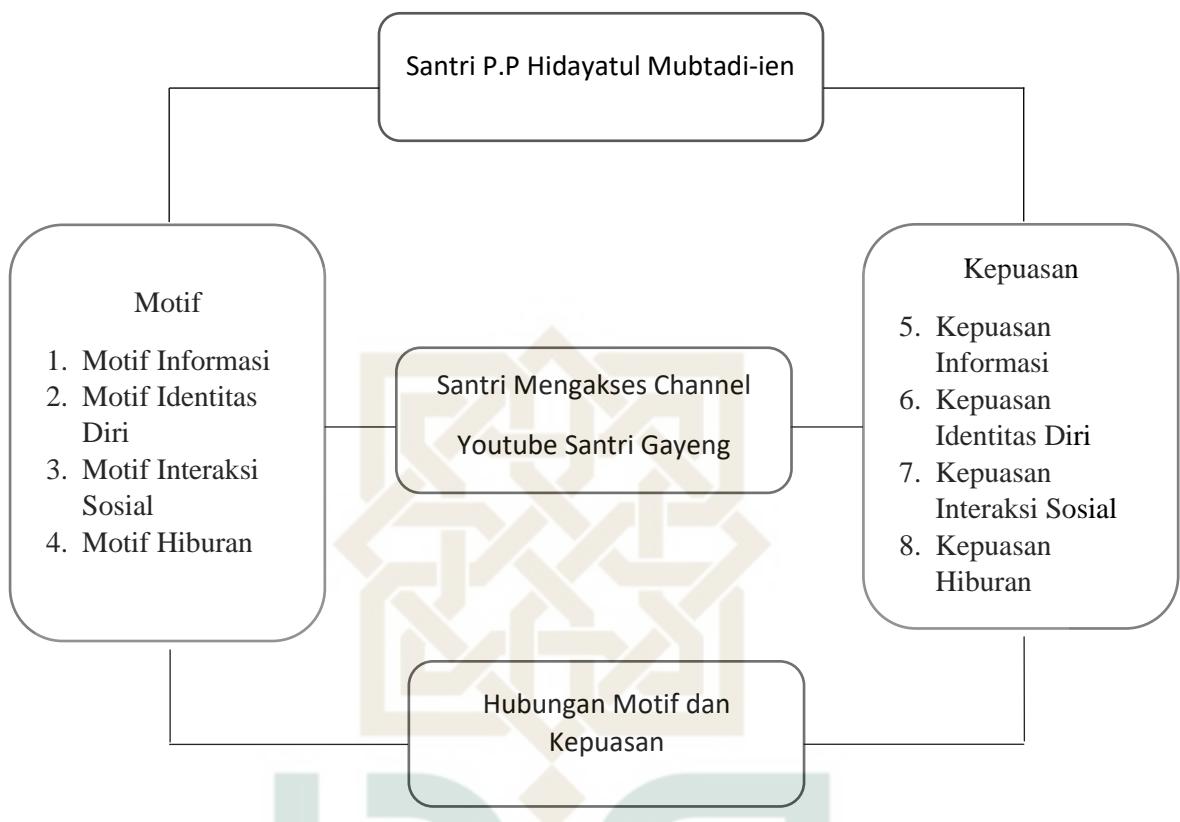
Seseorang dalam menggunakan media tentunya memiliki alasan yang menimbulkan dorongan atau motif untuk menggunakan media, dengan harapan ada efek atau sesuatu yang didapatkan berupa kepuasan setelah menggunakan media yang diinginkan.

Hubungan merupakan istilah dalam ilmu statistik yang menyatakan suatu hubungan searah yang terjadi antara dua variabel atau lebih. Hubungan dalam penelitian ini adalah antara motif santri P.P Hidayatul Mubtadi-iен dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng dengan kepuasan yang didapatkan setelah menonton *channel* tersebut.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep yang terdiri dari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam memberikan jawaban sementara terhadap suatu permasalahan dalam sebuah penelitian.²⁴

²⁴ Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan, (Yogyakarta : Sinar Grafika Offset, 2004), hlm.92.



H. Hipotesis

Hipotesis adalah sarana penelitian yang berisi jawaban sementara dari pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian.²⁵ Jadi hipotesis adalah dugaan sementara dari suatu penelitian yang akan dibuktikan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Kerja (Ha)

Hipotesis kerja dalam penelitian ini adalah: Terdapat hubungan antara motif dan kepuasan dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng santri PP Hidayatul Mubtadi-ien.

²⁵ Sofian Efendy, Tukiran: *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 2017), hlm 40.

1. Hipotesis Nol (Ho)

Hipotesis nol yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Tidak terdapat hubungan antara motif dan kepuasan dalam mengakses *channel* Youtube Santri Gayeng santri PP Hidayatul Mubtadi-ien.

I. Sistematika pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan adalah untuk memberikan gambaran umum tentang rencana penyusunan bab yang akan dijelaskan dalam penelitian ini, adapun sistematika terdiri dari 5 bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas, reliabilitas dan analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Berisi tentang gambaran umum tentang terpaan media terhadap santri, *channel* Youtube Santri Gayeng dan gambaran PP Hidayatul Mubtadi-ien Kotagede.

BAB IV : ANALISI DATA DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan hasil dari analisis data yang telah diperoleh dari responden, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, pengujian validitas dan reliabilitas.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang telah dituliskan pada bagian awal penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, analisa data dan pembahasan, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam mengakses channel Youtube Santri Gayeng, santri memiliki beberapa motif diantaranya, motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi sosial dan motif hiburan. Mayoritas Santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien dalam mengakses channel Youtube Santri Gayeng adalah motif informasi, khususnya dalam informasi tentang ilmu keagamaan.
2. Dari empat indikator kepuasan meliputi kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan interaksi sosial dan kepuasan hiburan, mayoritas Santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien merasa terpenuhi kepuasannya pada indikator kepuasan informasi, yakni kepuasan akan informasi tentang ilmu keagamaan.
3. Dari hasil analisis menggunakan rumus *chi square* dapat ditarik kesimpulan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat hubungan antara motif dan kepuasan pada santri P.P Hidayatul Mubtadi-ien dalam mengakses *channel* Yoututbe Santri Gayeng.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk santri P.P Hidayatul Mubtadi-i'en semoga dapat menggunakan media sosial dengan baik dan bijak, karena dengan segala kemudahan yang didapatkan sekarang hanya kita sendiri yang dapat mengendalikan apa yang kita ingin konsumsi.
2. Untuk *channel* Santri Gayeng semoga tetap terus istiqomah dalam berdakwah khususnya di dunia digital di mana semua orang bisa mengakses atau mengunggah video, dan ke depannya semoga lebih inovatif dalam membuat konten Youtube dengan tujuan penonton mendapatkan pengalaman baru dalam mendengarkan kajian dari Gus Baha.
3. Bagi peneliti selanjutnya supaya dapat melakukan penelitian yang lebih baik dengan variabel-variabel yang lebih bervariasi.

Daftar Pustaka

- Aan Munawar Syamsudin, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013.
- Al Hamid Makky, *Pengguna Media Sosial Facebook di Kalangan Santri Pondok Pesantren As-Shmadiyah*, Skripsi, Surabaya, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel, 2019.
- Arikunto Suharismi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Efendy Sofian, *Tukiran: Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2017.
- Faiqah Fatty, dkk. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makssarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA, vol 5 No.2, 2016.
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2005.
- Gunawan Willian, *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Kok Bisa*, Jurnal E-Komunikasi, vol 5, no 2, Surabaya, Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Srabaya. 2017
- Imroni Achmad, *Pergeseran Orientasi Santri Salaf Dan Modern: Analisis Komparasi Di Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban Dan Pondok Junaedi Fajar*. *Komunikasi Massa: Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta, 2007
- Kriyantono,: Rachmat *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Lopiga Della Ayu, dkk, *Motif Dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Sinetron "Siapa Takut Jatuh Cinta* Di Sctv, Jurnal, E-Jurnal Medium vol 1, no 1, 2017.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Pubhisling, 2015.

McQuail Denis, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia, 1996.

Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2013.

Muazaroh Siti dan Subaidi. *Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Ayariah)*, *Jurnal Al-Mzhab*, vol. 1 no 1, Juni, 2019.

Munawwar, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Mulya Resti Aprida, *Hubungan antara Motif penggunaan Fitur Line Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak menggunakan Fitur LINE Today*, *Jurnal Interaksi Online* vol 4, no 6, September.2018

Modern Internasional Ar-Risalah Slahung Ponorogo, Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017

Nurjannah Lilik,, *Motif Dan Kepuasan Mengakses Channel Instagram Nurussalamkrapyak Pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Nurussalam*, Skripsi, Yogyakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Perdama Surya, dkk. *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Video Youtube Channel Londokampung*, *Jurnal E-Komunikasi*, vol 6, no 2, 2018.

Praduka Briant Nor dan Prima Ayu R.M, *Analisis Kepuasan Penggunaan Blacberry Mesengger (BBM) Di Kalangan Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Mojoroto Kota Kediri*, *Jurnal Mediakita*, vol. 1 no 1, 2017.

Puspita Yesi, *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*, *Jurnal Pekommas*, vol. 18 no. 3. 2015.

Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2015.

Rohmah Nurliya Ni'matul. *Media Sosial Sebagai Alternatif Manfaat dan Penuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemik Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification)*, *Al-I'lam*, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. vol. 4 no 1 September, 2020.

Sanjaya Agus. *Motif dan Kepuasan Mengakses Menonton Video Dakwah Pada Chanel Youtube Gus Miftah Official Di Kalangan Anggota PAC IPNU*

IPNU Kalasan. Yogyakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2020

Sahid Haidar Meshvara, *Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan*, Jurnal Teknik Elektro dan Vokasional (JTEV), vol 06 No. 2, Agustus, 2020.

Santoso Singgih, *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.

Sari Ngudi Ambar, dkk, *Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017*, Al-Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam vol 10, no 2, Desember. 2019.

Septiana Irmalia, *Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Penonton Pada Program Islam Itu Indah*, Skripsi Jakarta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013.

Siregar Masniari Dewi Cherly, dkk. *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Youtube Tasya Farasya*, Jurnal E-Komunikasi vol 7. No 2.2019.

Syrifah Ani Ziadatus. *Hubungan Motif dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea*. Surakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Surakarta, 2017.

Sugiyono: *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: ALFABETA, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: ALVABETA, 2018.

Sofian, Tukiran: Metode Penelitian Survey, Jakarta: LP3ES, 2017.

Internet :

<https://mojok.co/rum/esai/maksud-terselubung-santri-gayeng-populerkan-ngajinya-gus-baha-nursalim/>

<https://kbbi.web.id/puas/>