

BAB IV

PENYAJIAN DATA & ANALISIS DATA

A. Uji Validitas & Reliabilitas

1. Validitas

Pada pengujian validitas peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23.0 terhadap 36 responden dengan menggunakan uji korelasi Pearson. Diketahui nilai r tabel *product moment* = 0,329, data dianggap valid apabila r hitung $>$ r tabel dengan nilai r tabel = 0,329 dengan taraf signifikansi 5%. *Item* yang di uji sejumlah 9 *item gratification sought* dan 9 *item gratification obtained* dengan hasil pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Uji Validitas Instrumen *Gratification Sought*

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mencari informasi yang terkait dengan <i>dance</i> pada media sosial TikTok.	0,732	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk memenuhi rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer.	0,788	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mencari referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	0,608	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.	0,823	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk meningkatkan rasa percaya diri saya.	0,546	0,329	Valid

Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.	0,707	0,329	Valid
Saya Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk melepas rasa penat atau jenuh.	0,819	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mengisi waktu luang saya.	0,723	0,329	Valid
Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.	0,736	0,329	Valid

Sumber: Output SPSS

Tabel 4.2

Uji Validitas Instrumen *Gratification Obtained*

Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
Saya mendapatkan informasi yang berkaitan dengan <i>dance</i> setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok.	0,804	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer terpenuhi.	0,746	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapatkan referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	0,709	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.	0,831	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat meningkatkan rasa percaya diri saya.	0,683	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.	0,743	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat melepas rasa penat atau jenuh.	0,746	0,329	Valid

Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat mengisi waktu luang saya.	0,806	0,329	Valid
Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.	0,705	0,329	Valid

Sumber: Output SPSS

Tabel 4.3
Uji Validitas Instrumen *Media Use*

Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
Seberapa sering responden melihat konten <i>dance</i> di media sosial TikTok dalam waktu seminggu.	0,960	0,329	Valid
Jumlah waktu rata-rata yang digunakan responden dalam setiap kali penggunaan media. Dinyatakan dalam satuan menit.	0,961	0,329	Valid

Sumber: Output SPSS

Hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti di SPSS versi 23.0 semuanya menunjukkan semua variabel yang diujikan memiliki keterangan valid dan dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian kali ini menggunakan indikator Cronbach's Alpha dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23.0. Dalam bukunya Sujarweni (2014: 193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir

atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Cronbach's Alpha $>0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $<0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 4.4

Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Gratification Sought</i>	0,889	Reliabel
<i>Gratification Obtained</i>	0,906	Reliabel
<i>Media Use</i>	0,916	Reliabel

Sumber: Output SPSS

B. Identitas Responden

Responden pada penelitian kali ini adalah mahasiswa program studi ilmu komunikasi angkatan 2019-2020 yang telah sesuai kriteria yang diajukan oleh peneliti. Berikut adalah identitas yang telah dikelompokkan peneliti berdasarkan angkatan & usia.

Tabel 4.5

Tahun Angkatan Responden

No	Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
1	2019	15	41,7 %
2	2020	21	58,3 %
Total		36	100 %

Sumber: Output SPSS

Jumlah responden dalam penelitian kali ini adalah 15 orang responden (41,7 %) yang berasal dari angkatan 2019, dan 21 orang responden (58,3 %) yang berasal dari angkatan 2020.

Tabel 4.6
Usia Responden

No	Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Frekuensi
1	18-19	16	44,4 %
2	20-21	20	55,6 %
3	22-23	0	0 %
Total		36	100 %

Sumber: Output SPSS

Jumlah responden dalam penelitian kali ini adalah 16 orang responden (44,4 %) yang berusia 18-19 tahun, 20 responden (55,6%) yang berusia 20-21 tahun, dan 0 responden (0 %) yang berusia 22-23 tahun.

C. *Gratification Sought*

Palmgreen dalam Kriyantono (2020: 372) mengungkapkan bahwa *gratification sought* (GS) adalah kepuasan yang dicari, diharapkan atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media massa tertentu. *Gratification sought* (GS) merupakan motif yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi media, *gratification sought* muncul dari kepercayaan tentang apa yang disajikan oleh media dan penilaian oleh orang tersebut terhadap isi dari media. Berikut adalah tabel data gambaran 4 *item* dari *gratification sought*:

Tabel 4.7
Gratification Sought Motif Informasi

No	Item GS	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mencari informasi yang terkait dengan <i>dance</i> pada media sosial TikTok.	2 (5,6%)	20 (55,6%)	13 (36,1%)	1 (2,8%)
2	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk memenuhi rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer.	12 (33,3%)	19 (52,8%)	5 (13,9%)	0 (0%)
3	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mencari referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	4 (11,1%)	13 (36,1%)	18 (50%)	1 (2,8%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan motif informasi pertama dari data dalam tabel diatas, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 2 responden (5,6%), untuk yang menjawab setuju adalah 20 responden (55,6%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 13 responden (36,1%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (55,6%) setuju dan mengharapkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif informasi.

2. Pada *item* pertanyaan motif informasi kedua, 12 (33,3%) responden menjawab sangat setuju, 19 responden (52,8%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 5 responden (13,9%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 52,8% setuju dan mengharapkan kepuasan dari pertanyaan motif informasi pertama.
3. Pada *item* pertanyaan ketiga motif informasi terdapat 4 responden (11,1%) yang menjawab sangat setuju, 13 responden (36,1%) menjawab setuju. Sedangkan 18 responden (50%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju. Jumlah persentase responden yang tidak setuju memiliki jumlah terbanyak yaitu 50%, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak setuju dengan pengharapan kepuasan dari motif informasi kedua.

Tabel 4.8

Gratification Sought Motif Identitas Diri

No	Item GS	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.	6 (16,7%)	17 (47,2%)	12 (33,3%)	1 (2,8%)
2	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk	0 (0%)	11 (30,6%)	24 (66,7%)	1 (2,8%)

	meningkatkan rasa percaya diri saya.				
--	--------------------------------------	--	--	--	--

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan motif identitas diri pertama dari data dalam tabel diatas, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 6 responden (16,7%), untuk yang menjawab setuju adalah 17 responden (47,2%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 12 responden (33,3%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan persentase tertinggi 47,2% setuju dan mengharapkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif identitas diri.
2. Pada *item* pertanyaan motif identitas diri kedua, 0 responden (0%) menjawab sangat setuju, 11 responden (30,6%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 24 responden (66,7%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 66,7% tidak mengharapkan kepuasan dari pertanyaan kedua motif identitas diri.

Tabel 4.9
***Gratification Sought* Motif Integrasi & Interaksi Sosial**

No	Item GS	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.	8 (22,2%)	17 (47,2%)	10 (27,8%)	1 (2,8%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan motif integrasi & interaksi sosial pertama dari data dalam tabel diatas, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 8 responden (22,2%), untuk yang menjawab setuju adalah 17 responden (47,2%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 10 responden (27,8%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (47,2%) setuju dan mayoritas responden mengharapkan kepuasan dari pertanyaan pertama motif integrasi & interaksi sosial.

Tabel 4.10
***Gratification Sought* Motif Hiburan**

No	Item GS	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk melepas rasa penat atau jenuh.	18 (50%)	14 (38,9%)	4 (11,1%)	0 (0%)

2	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mengisi waktu luang saya.	19 (52,8%)	14 (38,9%)	2 (5,6%)	1 (2,8%)
3	Saya menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok untuk mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.	14 (38,9%)	17 (47,2%)	5 (13,9%)	0 (0%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan motif hiburan pertama, dari data dalam tabel diatas, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 18 responden (50%), untuk yang menjawab setuju adalah 14 responden (38,9%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 4 responden (11,1%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 0 responden (0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 50% mengharapkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif hiburan.
2. Pada *item* pertanyaan motif hiburan kedua, 19 responden (52,8%) menjawab sangat setuju, 14 responden (38,9%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 2 responden (5,6%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan persentase responden tertinggi

sebanyak 52,8% sangat mengharapkan kepuasan dari pertanyaan *item* kedua motif hiburan.

3. Pada *item* pertanyaan ketiga motif hiburan, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 14 responden (38,9%), untuk yang menjawab setuju adalah 17 responden (47,2%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 5 responden (13,9%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 0 responden (0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan persentase tertinggi 47,2% yang setuju dan mengharapkan kepuasan dari *item* pertanyaan ketiga motif hiburan.

D. Penggunaan Media (*Media Use*)

Menurut Sari (1993) dalam Kriyantono (2020: 371) mengungkapkan penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media. Penggunaan media dalam penelitian ini diukur melalui frekuensi dan durasi.

Tabel 4.11

Frekuensi Mengakses (Mingguan)

No	Frekuensi Mengakses (Dalam waktu seminggu)	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi (diatas 6 kali)	12	33,3%
2	Tinggi (5-6 kali)	11	30,6%
3	Rendah (3-4 kali)	8	22,2%
4	Sangat Rendah (1-2 kali)	5	13,9%
Total		36	100%

Sumber: Olah Data SPSS

Dari data frekuensi penggunaan mingguan diatas, diketahui bahwa mayoritas penggunaan berada pada tingkatan sangat tinggi yaitu diatas 6 kali dalam waktu seminggu dengan 12 responden (33,3%), sedangkan pada tingkatan tinggi sejumlah 11 responden (30,6%), tingkatan rendah 8 responden (22,2%), dan tingkatan sangat rendah dengan 5 responden (13,9%).

Tabel 4.12
Durasi Mengakses (Harian)

No	Durasi Mengakses (Dalam waktu satu hari)	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi (diatas 6 menit)	17	47,2%
2	Tinggi (5-6 menit)	8	22,2%
3	Rendah (3-4 menit)	7	19,4%
4	Sangat Rendah (1-2 menit)	4	11,1%
Total		36	100%

Sumber: Olah Data SPSS

Dari data durasi mengakses harian diatas, diketahui bahwa mayoritas penggunaan berada pada tingkatan sangat tinggi yaitu diatas 6 menit dalam waktu satu hari dengan 17 responden (47,2%), sedangkan pada tingkatan tinggi sejumlah 8 responden (22,2%), tingkatan rendah 7 responden (19,4%), dan tingkatan sangat rendah dengan 4 responden (11,1%).

E. *Gratification Obtained*

Gratification obtained adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu Kriyantono (2020: 372). Berikut ini tabel data gambaran dari 4 item *gratification sought*:

Tabel 4.13
***Gratification Obtained* Motif Informasi**

No	<i>Item GO</i>	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya mendapatkan informasi yang berkaitan dengan <i>dance</i> setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok.	5 (13,9%)	21 (58,3%)	9 (25%)	1 (2,8%)
2	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer terpenuhi.	4 (11,1%)	28 (77,8%)	3 (8,3%)	1 (2,8%)
3	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapatkan referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	3 (8,3%)	15 (41,7%)	17 (47,2%)	1 (2,8%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan kepuasan yang didapat dari motif informasi pertama, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 5 responden (13,9%), untuk yang menjawab setuju

adalah 21 responden (58,3%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 9 responden (25%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 58,3% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif informasi.

2. Pada *item* pertanyaan motif informasi kedua, 4 responden (11,1%) menjawab sangat setuju, 28 responden (77,8%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 3 responden (8,3%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 77,8% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan kedua motif informasi.
3. Pada *item* pertanyaan ketiga, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 3 responden (8,3%), untuk yang menjawab setuju adalah 15 responden (41,7%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 17 responden (47,2%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 47,2% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan ketiga motif informasi.

Tabel 4.14***Gratification Obtained Motif Identitas Diri***

No	Item GO	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.	4 (11,1%)	20 (55,6%)	10 (27,8%)	2 (5,6%)
2	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya dapat meningkatkan rasa percaya diri saya.	2 (5,6%)	10 (27,8%)	21 (58,3%)	3 (8,3%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan kepuasan yang didapat dari motif identitas diri pertama, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 4 responden (11,1%), untuk yang menjawab setuju adalah 20 responden (55,6%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 10 responden (27,8%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 2 responden (5,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 55,6% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif identitas diri.
2. Pada *item* pertanyaan motif identitas diri kedua, 2 responden (5,6%) menjawab sangat setuju, 10 responden (27,8%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 21 responden (58,3%)

menjawab tidak setuju dan 3 responden (8,3%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 588,3% menyatakan tidak mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan kedua motif identitas diri.

Tabel 4.15
***Gratification Obtained* Motif Integrasi & Interaksi Sosial**

No	<i>Item</i> GO	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.	9 (25%)	18 (50%)	8 (22,2%)	1 (2,8%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan kepuasan yang didapat dari motif integrasi & interaksi sosial pertama, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 9 responden (25%), untuk yang menjawab setuju adalah 18 responden (50%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 8 responden (22,2%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 1 responden (2,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 50% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif integrasi & interaksi sosial.

Tabel 4.16
Gratification Obtained Motif Hiburan

No	<i>Item GO</i>	SS F (%)	S F (%)	TS F (%)	STS F (%)
1	Saya mendapatkan informasi yang berkaitan dengan <i>dance</i> setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok.	19 (52,8%)	13 (36,1%)	4 (11,1%)	0 (0%)
2	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer terpenuhi.	18 (50%)	15 (41,7%)	2 (5,6%)	1 (2,8%)
3	Setelah menonton konten <i>dance</i> di media sosial TikTok, saya mendapatkan referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	12 (33,3%)	18 (50%)	6 (16,7%)	0 (0%)

Sumber: Olah Data SPSS

1. Pada *item* pertanyaan kepuasan yang didapat dari motif hiburan pertama, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 19 responden (52,8%), untuk yang menjawab setuju adalah 13 responden (36,1%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 4 responden (11,1%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 0 responden (0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dan mayoritas

responden dengan persentase tertinggi 52,8% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan pertama motif hiburan.

2. Pada *item* pertanyaan motif hiburan kedua, 18 responden (50%) menjawab sangat setuju, 15 responden (41,7%) menjawab setuju. Sedangkan untuk 2 responden (5,6%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju sangat setuju dan mayoritas responden dengan keduanya menjadi persentase tertinggi 50% yang menunjukkan responden mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan kedua motif hiburan.
3. Pada *item* pertanyaan ketiga, jumlah responden yang menjawab sangat setuju adalah 12 responden (33,3%), untuk yang menjawab setuju adalah 18 responden (50%). Sedangkan untuk yang menjawab tidak setuju adalah 6 responden (16,7%), dan yang menjawab sangat tidak setuju adalah 0 responden (0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan mayoritas responden dengan persentase tertinggi 50% mendapatkan kepuasan dari *item* pertanyaan ketiga motif hiburan.

F. *Gratification Discrepancy*

Menurut Kriyantono (2020: 373) *gratification discrepancy* adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor GS dan GO setelah mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil *discrepancy* atau kesenjangannya, semakin memuaskan media tersebut. Untuk menentukan GD, peneliti mengacu pada indikator-indikator yang disampaikan oleh Kriyantono (2020: 373) untuk mengukur kesenjangan kepuasan (GD) yaitu sebagai berikut:

- a. Jika skor rata-rata (*mean*) dari *gratification sought* (GS) lebih besar dari skor rata-rata (*mean*) *gratification obtained* maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kepuasan yang didapat lebih kecil dari kepuasan yang diharapkan. Jadi $mean\ GS > mean\ GO$, media dalam hal ini tidak memenuhi kepuasan yang diharapkan khalayak.
- b. Jika skor rata-rata (*mean*) dari *gratification sought* (GS) sama dengan skor rata-rata (*mean*) *gratification obtained* (GO) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kepuasan yang diharapkan semuanya terpenuhi. jadi $mean\ GS = mean\ GO$.
- c. Jika skor rata-rata (*mean*) dari *gratification sought* (GS) lebih kecil daripada skor rata-rata (*mean*) *gratification obtained* maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kepuasan yang didapat lebih besar dari kepuasan yang diharapkan. Jadi $mean\ GS <$

mean GO, media dalam hal ini berhasil memuaskan kebutuhan khalayaknya.

Teknik analisis data menggunakan rumus *Discrepancy* dari Palmgreen, rumus *discrepancy* tersebut lalu dioperasionalkan dengan *cross tabulation* dimana *item-item* GS akan disilangkan dengan *item-item* GO.

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n_{i,j}}{\sum \sum_{i \neq j} n_{i,j}}$$

keterangan:

D = Kesenjangan/*Discrepancy* (GD)

n = Jumlah Sampel

i = Kepuasan yang diharapkan (GS)

j = Kepuasan yang diperoleh (GO) dimana $i \neq j$

Peneliti merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu yang telah ditetapkan batasan kepuasan minimal yaitu sebesar 70% dimana responden dapat dinyatakan puas atau terpenuhi apabila persentase yang diperoleh sebesar 70%-100% atau besar angka kesenjangan kepuasan berada pada 0%-30%. Sedangkan apabila angka kesenjangan kepuasan menunjukkan persentase lebih dari 30% maka dapat dikatakan bahwa media tidak mampu memuaskan kebutuhan responden.

Tingkatan-tingkatan pemenuhan kepuasan kebutuhan tersebut diklasifikasikan menjadi 3 kategori tingkat kepuasan sebagai berikut:

- a. Tinggi: apabila persentase kesenjangan kepuasan sebesar 0%-10%
- b. Sedang: apabila persentase kesenjangan kepuasan sebesar 11%-20%
- c. Rendah: apabila persentase kesenjangan kepuasan sebesar 21%-30%

Tingkatan-tingkatan tersebut apabila diterapkan pada penelitian ini dengan 36 responden maka kategori tingkat kepuasan dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Tinggi: responden yang mengalami kesenjangan 0-4 responden
- b. Sedang: responden yang mengalami kesenjangan 5-7 responden
- c. Rendah: responden yang mengalami kesenjangan 8-10 responden

(Apabila kesenjangan lebih dari 30% atau lebih dari 13 responden maka media dianggap tidak mampu memenuhi kebutuhan responden)

Peneliti menggarisbawahi bahwa dalam penelitian ini terdapat dua kondisi ketidaksesuaian, kondisi yang pertama adalah apabila GS atau kepuasan yang diharapkan responden lebih besar dari GO atau kepuasan yang diperoleh, maka terjadi apa yang disebut dengan kesenjangan dimana media tidak mampu memenuhi kebutuhan responden. Kondisi kesenjangan ($GS > GO$) ini direpresentasikan dalam angka yang berada diatas garis impas (*break even point*) dalam tabel *cross tabulation*.

Kondisi yang kedua adalah dimana GS lebih kecil daripada GO, pada kondisi ini media dikatakan dapat memenuhi kebutuhan responden. Contoh dari kondisi ini adalah seorang responden tidak setuju akan suatu

item kebutuhan (GS), namun pada kepuasan yang diperoleh (GO) responden tersebut menjawab sangat setuju, oleh karena itu media dianggap dapat memenuhi kebutuhan responden. Kondisi ini direpresentasikan dalam angka yang berada dibawah garis impas (*break even point*).

Dengan mempertimbangkan kedua kondisi tersebut, maka pada penelitian kali ini peneliti memfokuskan penghitungan pada kondisi yang menyatakan GS lebih besar daripada GO ($GS > GO$), yaitu pada angka-angka yang berada diatas garis impas. Besarnya persentase kesenjangan dapat dilihat dalam tabel yang telah disajikan berikut:

1. Motif Informasi (*Surveillance*)

Tabel 4.17

Mencari informasi terkait dengan konten *dance* pada media sosial TikTok.

GO \ GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	2				2
S	3	17			20
TS		4	9		13
STS				1	1
Total GO	5	21	9	1	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{0}{36} \times 100\% = 0\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 0%, maka

tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 100%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden dalam mencari informasi terkait dengan konten *dance* pada media sosial TikTok.

Tabel 4.18
Untuk memenuhi rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis
konten *dance* yang sedang populer.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	2	8			12
S		19			19
TS		1	3	1	5
STS				0	0
Total GO	4	28	3	1	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{9}{36} \times 100\% = 25\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 25%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 75%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi media sosial TikTok masih dapat memenuhi kebutuhan responden dalam rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten *dance* yang sedang populer.

Tabel 4.19

Untuk mencari referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	3	1			4
S		13			13
TS		1	17		18
STS				1	1
Total GO	3	15	17	1	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{1}{36} \times 100\% = 2,8\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 2,8%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 97,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi media sosial TikTok masih dapat memenuhi kebutuhan responden dalam mencari referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.

2. Motif Identitas Diri (*Personal Identity*)

Tabel 4.20

Untuk dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	4	2			6
S		17			17
TS		1	10	1	12
STS				1	1
Total GO	4	21	13	2	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{3}{36} \times 100\% = 8,3\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 8,3%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 91,7%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.

Tabel 4.21
Untuk meningkatkan rasa percaya diri.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	0				0
S	2	9			11
TS		1	21	2	24
STS				1	1
Total GO	2	10	21	3	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{2}{36} \times 100\% = 5,5\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 5,5%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 94,5%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk meningkatkan rasa percaya diri.

3. Motif Integrasi & Interaksi Sosial (*Personal Relationship*)

Tabel 4.22

Untuk mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	8				8
S	1	16			17
TS		2	8		10
STS				1	1
Total GO	9	18	8	1	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{0}{36} \times 100\% = 0\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 0%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 100%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.

4. Motif Hiburan (*Diversi*on)

Tabel 4.23

Untuk melepas rasa penat atau jenuh.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	18				18
S	1	13			14
TS			4		4
STS				0	0
Total GO	19	13	4	0	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{0}{36} \times 100\% = 0\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 0%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 100%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk melepas rasa penat atau jenuh.

Tabel 4.24
Untuk mengisi waktu luang.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	18	1			19
S		14			14
TS			2		2
STS				1	1
Total GO	18	15	2	1	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{1}{36} \times 100\% = 2,8\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 2,8%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 97,2%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk mengisi waktu luang.

Tabel 4.25

Untuk mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.

GO GS	SS	S	TS	STS	Total GS
SS	12	2			14
S		16	1		17
TS			5		5
STS				0	0
Total GO	12	18	6	0	36

Sumber: Olah Data SPSS

$$\frac{3}{36} \times 100\% = 8,3\%$$

Dari hasil penghitungan diatas dapat diketahui bahwa tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden adalah sebesar 8,3%, maka tingkat kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan responden adalah 91,7%. Atas hasil tersebut dapat dikatakan bahwa aplikasi media sosial TikTok dapat memenuhi kebutuhan responden untuk mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.

G. Kategori Kesenjangan & Kepuasan

Setelah diketahui tingkat kesenjangan dan kepuasan dari berbagai *item* diatas maka selanjutnya adalah menentukan kategori kesenjangan & kepuasan yang diperoleh dari tiap *item* dalam tabel berikut:

Tabel 4.26
Tingkatan Kesenjangan & Pemenuhan

No	Jenis Kebutuhan	Kesenjangan	Pemenuhan	Kategori
1	Untuk mencari informasi yang terkait dengan konten <i>dance</i> pada media sosial TikTok.	0%	100%	Tinggi
2	Untuk memenuhi rasa ingin tahu saya mengenai tren atau jenis konten <i>dance</i> yang sedang populer.	25%	75%	Rendah
3	Untuk mencari referensi jenis tarian dan yang mungkin akan saya tiru untuk video saya nantinya.	2,8%	97,2%	Tinggi
4	Untuk dapat mengikuti tren yang sedang populer di platform tersebut.	8,3%	91,7%	Tinggi
5	Untuk meningkatkan rasa percaya diri saya.	5,5%	94,5%	Tinggi
6	Untuk mendapat bahan perbincangan saya bersama teman-teman.	0%	100%	Tinggi
7	Untuk melepas rasa penat atau jenuh.	0%	100%	Tinggi
8	Untuk mengisi waktu luang saya.	2,8%	97,3%	Tinggi
9	Untuk mendapatkan kesenangan dari berbagai jenis tarian yang ditampilkan dalam media sosial TikTok.	8,3%	91,7%	Tinggi

Sumber: Olah Data SPSS

Dari hasil temuan akhir penelitian yang telah disajikan dalam tabel tingkatan kesenjangan dan kepuasan diatas ditemukan bahwa dari 9 *item* yang disajikan terdapat 8 item dengan tingkatan kategori pemuasan yang tinggi, sedangkan untuk item dengan tingkatan kategori pemuasan rendah terdapat 1 item, meskipun pemuasan rendah namun masih berada dibawah batas yang ditetapkan yaitu 30%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, secara umum dapat dikatakan bahwa konten *dance* di aplikasi media sosial TikTok dalam hal ini berhasil dalam memuaskan kebutuhan penggunanya. Dan apabila dilihat dari perspektif teori *uses & gratification* dimana khalayak bersifat aktif dalam memilih media yang akan mereka konsumsi dan juga dijelaskan bagaimana khalayak sebagai *media consumer* menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari pemenuhan atau kepuasan dari penggunaan media maka, dari kepuasan yang diperoleh pengguna aplikasi media sosial TikTok melalui konten *dance* yang dalam hal ini khalayak merupakan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Reguler Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2019-2020 dapat dikatakan akan lebih aktif dalam menggunakan media tersebut. Hal ini juga sejalan apabila dilihat melalui tabel penggunaan media dimana tingkat penggunaan media mayoritas pengguna termasuk dalam kategori sangat tinggi.