

Mengukur *Gratification Sought* Dan *Gratification Obtained* Penonton *Channel* Negeri Indah Adil Makmur

*Measuring Gratification Sought And Gratification Obtained By
Channel Viewers Negeri Indah Adil Makmur*

Aditya Dimas Pratama¹

Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Indonesia¹

Abstrak

Pengukuran kepuasan penonton terhadap Channel Youtube Negeri Indah Adil Makmur ini sangat urgen untuk dilakukan. Channel produk Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Jember ini harus berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Hal ini mendesak sesuai motto Muhammadiyah sebagai organisasi yang berkemajuan. Termasuk pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah, berupa channel youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat *Gratification Sought*, *Gratification Obtained* serta tingkat gap yang terjadi pada Penonton Channel Negeri Indah Adil Makmur. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif yaitu suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek atau populasi tertentu. Lokasi penelitian ini tidak terbatas, karena responden adalah para penonton channel youtube Negeri Indah Adil Makmur dalam kurun waktu Desember 2022. Ukuran sampel dalam penelitian sebanyak 150 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah aksidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *Gratification Sought* sebesar 3,97 dari skala 5. Nilai rata-rata untuk variabel *Gratification Sought* adalah sebesar 3,97. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 91,27. Nilai rata-rata *Gratification Obtained* sebesar 2,70 dari skala 5. Nilai rata-rata untuk variabel *Gratification Obtained* adalah sebesar 2,70. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 62,05. Secara kuantitatif gap antara *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained* yang harus ditutupi sangat besar yaitu 1,27.

Kata kunci: *Gratification Sought*¹, *Gratification Obtained*², CSI³, *Importance Performance*⁴

Abstract

The measurement of audience satisfaction with the Negeri Indah Adil Makmur Youtube Channel is very important to do. This product channel of the Regional Leadership of Muhammadiyah Jember Regency must develop and provide benefits to the community. This is urgent in accordance with the motto of Muhammadiyah as a progressive organization. Including the use of technology as a da'wah medium, in the form of a youtube channel. This study aims to measure the level of *Gratification Sought*, *Gratification Obtained* and the level of gap that occurs in the audience of Channel Negeri Indah Adil Makmur. This type of research is descriptive research, which is a type of research that aims to describe systematically, factually and accurately about the facts and properties of a particular object or population. The location of this study is not limited, because respondents are viewers of the Negeri Indah Adil Makmur youtube channel in December 2022. The sample size in the study was 150 respondents. The sampling technique used is axial sampling. The results showed that the average value of *Gratification Sought* was 3.97 from a scale of 5. The average value for the

Gratification Sought variable was 3.97. While the overall value was 91.27. the average value of Gratification Obtained is 2.70 from a scale of 5. The average value for the Gratification Obtained variable is 2.70. While the overall value is 62.05. Quantitatively, the gap between Gratification Sought and Gratification Obtained that must be covered is very large, namely 1.27.

Keywords: *Gratification Sought¹, Gratification Obtained², CSF³, Importance Performance⁴*

PENDAHULUAN

Masyarakat selalu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Gunawan, 2017). Ada yang memenuhi akan pengetahuan, informasi berita, informasi entertainment, dan hiburan (Subagio, 2023). Setiap orang memiliki motif yang berbeda-beda untuk memenuhi kebutuhan mereka hingga mencapai kepuasan yang mereka inginkan (Andjarwati, 2015). Motif terbagi menjadi dua yaitu Gratification Sought dan Gratification Obtained (GO) (Margaretha, 2017). Gratification Sought merupakan motif yang mendorong manusia untuk menggunakan suatu media dan Gratification Obtained merupakan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media tersebut (Innova, 2016).

Masyarakat bebas memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Ditambah, saat ini banyak pilihan media yang dapat dinikmati untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari. Ada media yang hanya memenuhi kebutuhan informasi saja, tetapi abai memberikan atau memenuhi kebutuhan lainnya. Sebaliknya ada media yang dapat memenuhi kebutuhan akan hiburan, tetapi abai memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Media juga dapat memperkuat identitas diri, sehingga sajian-sajiannya memberikan kematangan kepada pemirsanya. Seharusnya media juga memenuhi kebutuhan untuk menjadi contoh sehingga pemirsanya menjadi peduli terhadap permasalahan sosial disekitarnya.

Keinginan Masyarakat adalah agar antara apa yang mereka butuhkan dari media, sama dengan apa yang disajikan oleh media. Pada kenyataannya Media sering mengabaikan kepuasan masyarakat dengan dalih media tersebut memiliki visi yang harus selalu lurus dengan apa yang mereka sajikan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sering terjadi gap antara kepuasan yang didapat oleh masyarakat dengan apa yang disajikan oleh media. Tingkat kesenjangan itu bermacam-macam levelnya. Kesenjangan dengan gap yang sangat kecil sampai pada kesenjangan dengan gap yang sangat lebar.

Sebaliknya, ada juga beberapa fakta dan hasil penelitian yang menunjukkan antara tingkat kepuasan dan sajian media sudah setara atau seimbang. Artinya sudah tidak ada gap antara yang diinginkan masyarakat dibandingkan dengan apa yang disajikan oleh media. Level tertinggi adalah masyarakat merasa sangat puas dengan sajian dari media. Sajian media nilainya lebih tinggi daripada keinginan masyarakat.

Semua media harusnya berada pada level tertingginya tersebut agar dapat menjadi referensi utama bagi masyarakat. Oleh karena, menjadi urgen setiap media melakukan penilaian Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) oleh pemirsanya. Begitu juga dengan channel Negeri Indah Adil Makmur harus melihat perspektif penontonnya melalui penilaian GS dan GO.

Negeri Indah Adil Makmur adalah YouTube channel resmi yang dipersembahkan oleh LIK (Lembaga Informasi dan Komunikasi) Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Jember periode 2015-2020. Berisi berbagai berita dan kabar persyarikatan dilingkungan PDM Jember khususnya dan dari daerah lainnya, juga video kajian islam, tafsir hadits dan qur'an oleh ustadz dan ustadzah yang berkompeten di bidangnya. Selain itu ada pula berbagai konten fitur yang berisi berbagai hal untuk mendukung tercapainya cita-cita terwujudnya masyarakat islam sebenar-benarnya, berkemajuan dan tercerahkan secara mental, jasmani dan rohani.

Pengukuran kepuasan penonton terhadap Channel Youtube Negeri Indah Adil Makmur ini sangat urgen untuk dilakukan. Channel produk Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Jember ini harus berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Hal ini mendesak sesuai motto Muhammadiyah sebagai organisasi yang berkemajuan. Termasuk pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah, berupa channel youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat Gratification Sought, Gratification Obtained serta tingkat gap yang terjadi pada Penonton Channel Negeri Indah Adil Makmur.

METODE

Jenis penelitian adalah metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek atau populasi tertentu. Lokasi penelitian ini tidak terbatas, karena responden adalah para penonton channel youtube Negeri Indah Adil Makmur dalam kurun waktu Desember 2022. Ukuran sampel dalam penelitian sebanyak 150 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah aksidental sampling. Kuesioner terdiri dari 4 bagian. Pertanyaan tentang informasi, Identitas Pribadi, Integritas dan Interaksi Sosial serta Hiburan dengan merujuk kepada skala likert untuk tingkat kepentingan 1 = sangat tidak sesuai; 2 = tidak sesuai; 3 = cukup sesuai; 4 = sesuai; 5 = sangat sesuai. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan langsung kepada sampel penelitian. Uji validitas terhadap 23 item pertanyaan kuesioner servqual dimana seluruh instrumen dinyatakan valid. Uji reliabilitas terhadap 23 item pertanyaan pada kuesioner

servqual diperoleh hasil nilai reliabilitas instrumen kepentingan konsumen diatas 0.6 dan nilai reliabilitas instrumen kinerja pelayanan diatas nilai 0.6.

Salah satu metode yang digunakan untuk menilai Gratification Sought dengan Gratification Obtained adalah metode Customer Satisfaction Index (CSI). CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. Menurut Irawan (2002) dalam Lodhita (2014), pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di masa yang akan datang.

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut penonton sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut penonton perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat Gratification Obtained yang dapat memberikan kepuasan para penonton, sedangkan Y merupakan Gratification Sought.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji validitas data dilakukan dengan mengukur pearson Correlation. Bila nilai sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka item atau indikator dianggap valid. Sebaliknya bila nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka item atau indikator dianggap tidak valid. Untuk mengukur *Gratification Sought* yang digunakan 25 (dua puluh lima) indikator. Semua Item atau indikator tersebut semuanya dinyatakan valid karena nilai sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesemua indikator tersebut dapat difungsikan untuk mengukur *Gratification Sought*.

Label	Sig. (2-tailed)	Validitas	Label	Sig. (2-tailed)	Validitas	Label	Sig. (2-tailed)	Validitas
P1	,029	Valid	P9	,000	Valid	P17	,000	Valid
P2	,000	Valid	P10	,012	Valid	P18	,000	Valid
P3	,000	Valid	P11	,029	Valid	P19	,000	Valid
P4	,000	Valid	P12	,000	Valid	P20	,000	Valid

P5	,000	Valid	P13	,000	Valid	P21	,000	Valid
P6	,004	Valid	P14	,000	Valid	P22	,000	Valid
P7	,000	Valid	P15	,000	Valid	P23	,000	Valid
P8	,000	Valid	P16	,000	Valid			

Tabel 1. Viliditas Data *Gratification Sought*

Indikator yang digunakan dalam mengukur *Gratification Obtined* sebanyak 25 (dua puluh lima). Pengukuran validitas data dilakukan dengan pearson Correlation. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa dari 23 indikator dinyatakan valid karena memiliki nilai sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa ke 23 indikator ini layak digunakan untuk mengukur *Gratification Obtined*.

Label	Sig. (2-tailed)	Validitas	Label	Sig. (2-tailed)	Validitas	Label	Sig. (2-tailed)	Validitas
P1	,014	Valid	P9	,000	Valid	P17	,000	Valid
P2	,010	Valid	P10	,036	Valid	P18	,003	Valid
P3	,034	Valid	P11	,011	Valid	P19	,044	Valid
P4	,005	Valid	P12	,032	Valid	P20	,001	Valid
P5	,000	Valid	P13	,027	Valid	P21	,005	Valid
P6	,000	Valid	P14	,000	Valid	P22	,002	Valid
P7	,000	Valid	P15	,000	Valid	P23	,000	Valid
P8	,000	Valid	P16	,001	Valid			

Tabel 2. Viliditas Data *Gratification Obtaiend*

Uji reliabilitas data *gratification sought* dilakukan dengan cronbach alpha. Reliabilitas data *gratification sougth* bernilai 0,775. Nilai cronbach alpha diatas 0,6 merupakan reliabel, sehingga data *gratification sought* dapat difungsikan lebih lanjut.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,775	23

Tabel 3. Reliabilitas Data *Gratification Sought*

Reliabilitas data *gratification obtained* diukur dengan Cronbach's Alpha. Data dikatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hasil olah data didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,636.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,636	23

Tabel 4. Reliabilitas Data *Gratification Obtained*

Pengukuran CSI pada Channel Negeri Indah Adil Makmur dimulai dengan mengukur *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media massa tertentu. GS merupakan motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. GS timbul dari kepercayaan seseorang tentang apa yang disajikan oleh media dan penilaian orang tersebut terhadap isi dari media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.

Pencarian kepuasan (GS) dilatar belakangi adanya kepercayaan dan penilaian seseorang terhadap sebuah media massa berdasarkan pengalamannya. Individu mempunyai penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya. Adanya pencarian kepuasan (motif) yang didukung oleh penilaian dan kepercayaan terhadap sebuah media massa, mendorong seseorang mengkonsumsi media. Setelah konsumsi media terjadi, akan terlihat kepuasan nyata yang diperoleh. Apakah dapat memenuhi motif awal dalam menggunakan media massa yang bersangkutan atau tidak. Berdasarkan teori ini, pengukuran kepuasan dalam sebuah penelitian harus dilakukan dengan menanyakan motif atau kepuasan yang dicari dan diinginkan seseorang (GS), kemudian menanyakan kembali apakah motif dan harapan tersebut bisa dipenuhi oleh media yang bersangkutan. Artinya, kita bisa mengetahui kepuasan nyata yang diperoleh seseorang (GO).

Label	Variabel	Gratification Sought	Gratification Obtained
P1	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan Muhammadiyah seputar Kabupaten Jember	3,99	2,75
P2	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan yang terjadi di Kabupaten Jember	3,84	2,63
P3	Menyajikan informasi mengenai hukum Islam yang dihadapi umat dalam kehidupan sehari-hari	4,00	2,75
P4	Menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat	3,92	2,50
P5	Menyajikan pengajian yang diberikan oleh Kyai, Ustadz serta tokoh Muhammadiyah	3,90	2,92
P6	Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari	3,86	2,93
P7	Sajian yang diberikan dapat menambah pengetahuan penonton	3,99	2,66
P8	Narasumber yang dihadirkan memiliki kompetensi yang cukup	3,99	2,77
P9	Pertanyaan Host mewakili pertanyaan yang ada dipikiran penonton	3,92	2,73

P10	Sajian yang diberikan, dapat penonton memanfaatkan untuk mengetahui apakah pemahan saya tentang sesuatu sudah benar	3,99	2,67
P11	Gaya bicara Narasumber dapat penonton contoh untuk saya gunakan dalam berkomunikasi dengan orang lain	3,99	2,57
P12	Cara bertanya Host dapat penonton gunakan dalam pergaulan sehari-hari	3,98	2,57
P13	Sajian yang diberikan dapat memandu penonton bersikap dalam kehidupan sehari-hari	3,96	2,66
P14	Sajian yang diberikan dapat menjadi pegangan untuk menilai hal baik dan buruk	3,96	2,62
P15	Sajian yang diberikan telah mengubah cara pandang Penonton	3,89	2,83
P16	Sajian yang diberikan dapat menginspirasi Penonton untuk membantu lingkungan sekitarnya	3,98	2,63
P17	Sajian yang diberikan dapat menambah kepekaan terhadap kondisi lingkungan masyarakat sekitar	3,96	2,66
P18	Sajian yang diberikan menjadi bahan perbincangan bagi penonton ketika berinteraksi dengan masyarakat sekitarnya	3,99	2,79

P19	Sajian yang diberikan dapat memberi informasi tentang keadaan sosial kemasyarakatan	3,97	2,69
P20	Sajian yang diberikan dapat melepas rasa penat Penonton	3,99	2,51
P21	Sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi Penonton	3,76	2,79
P22	Sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi	4,23	2,75
P23	Sajian yang diberikan dapat memberi kegembiraan kepada Penonton	4,19	2,67
Jumlah		91,27	62,05
Rata-rata		3,97	2,70

Tabel 5. Nilai Perbandingan *Gratification Sought* Dengan *Gratification Sought* pada Channel Youtube Negeri Indah Adil Makmur

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *Gratification Sought* sebesar 3,97 dari skala 5. Indikator sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi Penonton merupakan Indikator dengan nilai yang paling rendah yakni sebesar 3,76. Sebaliknya, sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi merupakan indikator dengan nilai tertinggi. Nilai rata-rata untuk variabel *Gratification Sought* adalah sebesar 3,97. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 91,27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemirsa Channel Negeri Indah Adil Makmur memiliki harapan yang tinggi agar channel ini dapat memberikan dapat melepas beban emosi. Harapan ini karena channel ini berada berada dibawah naungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah, sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang menyejukkan dan menenangkan hati. Selain itu, Channel Negeri Indah Adil Makmur diharapkan dapat membuat terang semua hal atau informasi yang masih gelap, dengan demikian pemirsa akan semakin memahami mengenai sesuatu.

Hal lain yang ditunjukkan oleh hasil penelitian adalah bahwa pemirsa channel Negeri Indah Adil Makmur tidak terlalu berharap sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi penonton atau pemirsa. Hal ini disebabkan bahwa channel ini bukanlah channel yang mengkhususkan diri untuk memberikan sajian hiburan, walaupun tidak menutup diri untuk menyajikannya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa, hal tersebut sangat dipahami oleh penonton atau pemirsa channel Negeri Indah Adil Makmur.

Secara keseluruhan, pemirsa atau penonton channel Negeri Indah Adil Makmur tidak memiliki tuntutan yang tinggi. Bagi mereka, channel cukup memberikan informasi yang positif, informasi yang mencerahkan serta dapat memberikan edukasi. Mereka tidak menuntut bahwa channel ini dapat memberikan hiburan. Tentu saja posisi ini sangat strategis bagi channel ini, sehingga dapat menjadi tontonan alternatif ditengah-tengah banyaknya channel yang khusus memberikan hiburan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *Gratification Obtained* sebesar 2,70 dari skala 5. Indikator menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat merupakan Indikator dengan nilai yang paling rendah yakni sebesar 2,5. Sebaliknya, Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari merupakan indikator dengan nilai tertinggi yakni sebesar 2,93. Nilai rata-rata untuk variabel *Gratification Obtained* adalah sebesar 2,70. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 62,05.

Statistik hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat khususnya pemirsa atau penonton Negeri Indah Adil Makmur tidak menginginkan channel ini memberikan informasi yang membutuhkan kemampuan intelektual yang tinggi atau terlalu serius. Salah satu indikator dengan nilai paling rendah adalah menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat. Nilai rendah ini dapat disebabkan karena masyarakat tidak ingin menonton channel ini dengan meguras pikiran tenaga dan waktunya. Oleh karenanya, informasi yang sangat serius kedepan dapat dikemas dengan sajian yang lebih santai, mudah dicerna serta tidak menyita waktu pemirsa atau penonton.

Hal lain yang harus dicermati dari hasil penelitian ini mengenai nilai yang sudah baik diberikan masyarakat terhadap indikator informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa channel Negeri Indah Adil Makmur telah dapat menjadi sandaran atau referensi bagi masyarakat dalam menghadapi kehidupan sehari-hari. Hanya saja hal ini perlu ditingkatkan karena nilai 2,93

masih jauh dengan *Gratification Sought* yakni sebesar 3,86. Gap yang harus ditingkatkan adalah sebesar 0,93.

Secara keseluruhan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap channel Negeri Indah Adil Makmur masih sangat kecil nilainya, sehingga harus ditingkatkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi ulang kelemahan yang dimiliki dan mencari alternatif atau inovasi baru sehingga sajian-sajian yang diberikan akan lebih diminati oleh masyarakat. Secara kuantitatif gap antara *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained* yang harus ditutupi sangat besar yaitu 1,27. Nilai ini tentu sangat besar, sehingga membutuhkan *effort* yang sangat besar pula untuk menutupi gap tersebut.

Label	Indikator	WF	WS
P1	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan Muhammadiyah seputar Kabupaten Jember	4,38	12,02
P2	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan yang terjadi di Kabupaten Jember	4,21	11,05
P3	Menyajikan informasi mengenai hukum Islam yang dihadapi umat dalam kehidupan sehari-hari	4,38	12,07
P4	Menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat	4,30	10,74
P5	Menyajikan pengajian yang diberikan oleh Kyai, Ustadz serta tokoh Muhammadiyah	4,27	12,48
P6	Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari	4,23	12,41
P7	Sajian yang diberikan dapat menambah pengetahuan penonton	4,38	11,64
P8	Narasumber yang dihadirkan memiliki kompetensi yang cukup	4,38	12,11
P9	Pertanyaan Host mewakili pertanyaan yang ada	4,30	11,74

dipikiran penonton

P10	Sajian yang diberikan, dapat penonton memanfaatkan untuk mengetahui apakah pemahan saya tentang sesuatu sudah benar	4,37	11,68
P11	Gaya bicara Narasumber dapat penonton contoh untuk saya gunakan dalam berkomunikasi dengan orang lain	4,38	11,23
P12	Cara bertanya Host dapat penonton gunakan dalam pergaulan sehari-hari	4,36	11,19
P13	Sajian yang diberikan dapat memandu penonton bersikap dalam kehidupan sehari-hari	4,34	11,54
P14	Sajian yang diberikan dapat menjadi pegangan untuk menilai hal baik dan buruk	4,34	11,37
P15	Sajian yang diberikan telah mengubah cara pandang Penonton	4,26	12,07
P16	Sajian yang diberikan dapat menginspirasi Penonton untuk membantu lingkungan sekitarnya	4,36	11,48
P17	Sajian yang diberikan dapat menambah kepekaan terhadap kondisi lingkungan masyarakat sekitar	4,34	11,54
P18	Sajian yang diberikan menjadi bahan perbincangan bagi penonton ketika berinteraksi dengan masyarakat sekitarnya	4,38	12,19
P19	Sajian yang diberikan dapat memberi informasi tentang keadaan sosial kemasyarakatan	4,35	11,73
P20	Sajian yang diberikan dapat melepas rasa penat Penonton	4,38	10,97
P21	Sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi Penonton	4,12	11,48

P22	Sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi	4,63	12,72
P23	Sajian yang diberikan dapat memberi kegembiraan kepada Penonton	4,59	12,28
Rata-rata		4,35	11,73
WT		269,71	
CSI		53,94	

Tabel 6. Nilai Costumer Sevice Index (CSI) Channel Negeri Indah Adil Makmur

Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengukur tingkat *Gratification Obtained* terhadap *Gratification Sought*. Tahapan-tahapan pengukuran CSI adalah sebagai berikut:

1. Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata *Gratification Sought* menjadi angka persentase dari total rata-rata *Gratification Sought* seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung *Weight Score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata *Gratification Obtained* masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.

Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata nilai *Weighting Factor* (WF) adalah sebesar 4,35. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata kontribusi masing-masing indikator dari 23 indikator terhadap *Gratification Sought* adalah sebesar 4,35. Adapun besarnya masing-masing indikator terhadap *gratification sought* bervariasi mulai dari 4,12 sampai 4,63. Indikator yang paling kecil kontribusinya terhadap *Gratification Sought* yakni sebesar 4,12. Sebaliknya indikator yang paling besar kontribusinya terhadap *Gratification Sought* adalah sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi yakni sebesar 4,63.

Nilai *Customer Satisfaction Index* dari hasil penelitian ini adalah sebesar 53,94 dalam skala 100. Nilai ini tentu saja sangat kecil apalagi bila dibandingkan dengan nilai sempurna yakni sebesar 100. Gap antara nilai *CSI Gratification Obtained* dengan nilai sempurna adalah sebesar 46,06. Hal ini mengindikasikan bahwa rentang usaha atau inovasi yang dilakukan sebesar 46,06 persen untuk menjadikan Negeri Indah Adil Makmur menjadi channel nomor 1 di Indonesia bahkan di dunia. Kabar gembiranya adalah bahwa harapan dari masyarakat terhadap channel tidak menjadi nilai sempurna tetapi hanya pada tingkat 79,36 persen. Tentu saja nilai gap ini tidak selebar bila dibandingkan dengan nilai sempurna. Nilai gap antara *CSI Gratification Obtained* dengan nilai *Gratification Sought* adalah sebesar 25,43 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa rentang usaha atau inovasi yang harus dilakukan sebesar 25,43 persen untuk memenuhi kepuasan masyarakat.

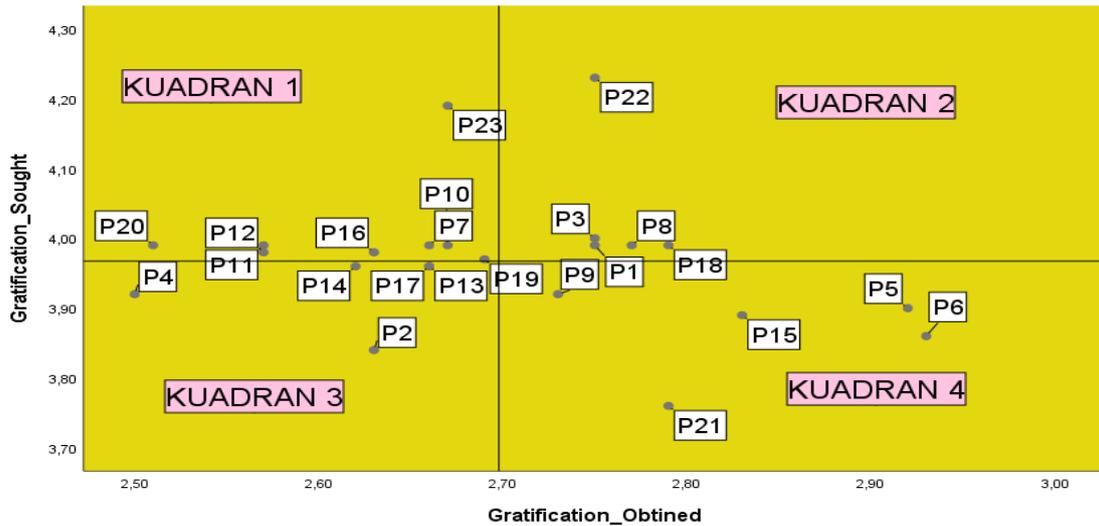
Nilai CSI (%)	Keterangan
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80.99%	Puas
51% - 65.99%	Cukup Puas
35% - 50.99%	Kurang Puas
0% - 34.99%	Tidak Puas

Tabel 7. Bobot *Costumer Sevice Index* (CSI)

Channel Negeri Indah Adil Makmur

Bobot *Costumer Sevice Index* (CSI) Channel Negeri Indah Adil Makmur sebesar 53,94. Nilai ini berada antara 51 persen sampai 65,99 persen yakni pada urutan atau level 3. Level tersebut menunjukkan bahwa masyarakat khususnya pemirsa atau penonton merasa cukup puas. Sangat puas berada dua level diatas cukup puas, untuk mencapainya perlu usaha atau inovasi dua level pula. Puas berada satu level diatasnya, dibutuhkan usaha atau inovasi satu level pula.

Metode *Gratification Sought-Obtained Analysis* adalah sebuah metode untuk menentukan keberadaan indikator yang digunakan untuk mengukur *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dalam koordinat kartesius. Indikator ini dikelompokkan dalam 4 (empat) kuadran yang memiliki makna masing-masing.



Gambar 1. Gratification Sought-Obtained Analysis

Dari *Gratification Sought-Obtained Analysis* dapat dilihat posisi masing-masing indikator. Secara lebih rinci dapat diuraikan pada tabel 8, 9, 10, 11.

Label	Indikator
P23	Sajian yang diberikan dapat memberi kegembiraan kepada Penonton
P10	Sajian yang diberikan, dapat penonton manfaatkan untuk mengetahui apakah pemahan saya tentang sesuatu sudah benar
P7	Sajian yang diberikan dapat menambah pengetahuan penonton
P16	Sajian yang diberikan dapat menginspirasi Penonton untuk membantu lingkungan sekitarnya
P12	Cara bertanya Host dapat penonton gunakan dalam pergaulan sehari-hari
P11	Gaya bicara Narasumber dapat penonton contoh untuk saya gunakan dalam berkomunikasi dengan orang lain
P20	Sajian yang diberikan dapat melepas rasa penat Penonton
P19	Sajian yang diberikan dapat memberi informasi tentang keadaan sosial kemasyarakatan

Tabel 8. Item atau Indikator Pada Kuadran Pertama

Indikator-indikator yang ada pada kuadran satu ini dianggap penting oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya, tetapi pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan masyarakat pada umumnya

dan pemirsa atau penonton pada khususnya (*gratification obtained* yang diperoleh masih rendah). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan oleh pengelola channel Negeri Indah Adil Makmur.

Label	Indikator
P22	Sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi
P3	Menyajikan informasi mengenai hukum Islam yang dihadapi umat dalam kehidupan sehari-hari
P8	Narasumber yang dihadirkan memiliki kompetensi yang cukup
P18	Sajian yang diberikan menjadi bahan perbincangan bagi penonton ketika berinteraksi dengan masyarakat sekitarnya
P1	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan Muhammadiyah seputar Kabupaten Jember

Tabel 9. Item atau Indikator Pada Kuadran Kedua

Indikator-indikator yang masuk pada kuadran 2 ini dianggap penting oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya, dan mereka menganggap bahwa antara *gratification obtained* sudah sesuai dengan *gratification sought* dan keduanya memiliki nilai yang sangat tinggi. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertahankan karena unggul oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya.

Label	Indikator
P4	Menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat
P14	Sajian yang diberikan dapat menjadi pegangan untuk menilai hal baik dan buruk
P17	Sajian yang diberikan dapat menambah kepekaan terhadap kondisi lingkungan masyarakat sekitar
P13	Sajian yang diberikan dapat memandu penonton bersikap dalam kehidupan sehari-hari
P2	Menyajikan informasi lengkap mengenai perkembangan yang terjadi di Kabupaten Jember

Tabel 10. Item atau Indikator Pada Kuadran Ketiga

Indikator-indikator yang masuk pada kuadran 3 ini dianggap kurang penting oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya, dan pada kenyataannya nilai *gratification obtained* tidak terlalu baik. Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya sangat kecil.

Label	Indikator
P5	Menyajikan pengajian yang diberikan oleh Kyai, Ustadz serta tokoh Muhammadiyah
P6	Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari
P9	Pertanyaan Host mewakili pertanyaan yang ada dipikiran penonton
P15	Sajian yang diberikan telah mengubah cara pandang Penonton
P21	Sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi Penonton

Tabel 11. Item atau Indikator Pada Kuadran Keempat

Indikator yang ada pada kuaran 4 ini dianggap kurang penting oleh masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya, dan nilai *gratification obtained* terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar pengelola channel dapat menghemat biaya.

Gap merupakan besarnya selisih besarnya nilai antara Gratification Obtained dengan *Gratification Sought*. Melakukan analisis besarnya selisih nilai antara Gratification Obtained dengan *Gratification Sought* bermanfaat untuk mengetahui berapa besarnya kekurangan dari masing-masing indikator untuk mencapai kepuasan masyarakat pada umumnya dan pemirsa atau penonton pada khususnya. Selain itu analisis gap tersebut juga bermanfaat untuk mengetahui indikator mana yang dijadikan prioritas untuk ditingkatkan.

Label	<i>Gratification Sought</i>	<i>Gratification Obtained</i>	<i>Gap</i>	Ranking
P1	3,99	2,75	-1,25	9
P2	3,84	2,63	-1,21	7
P3	4,00	2,75	-1,25	9
P4	3,92	2,50	-1,42	19
P5	3,90	2,92	-0,98	3
P6	3,86	2,93	-0,93	1
P7	3,99	2,66	-1,33	15

P8	3,99	2,77	-1,23	8
P9	3,92	2,73	-1,19	5
P10	3,99	2,67	-1,31	14
P11	3,99	2,57	-1,43	20
P12	3,98	2,57	-1,41	18
P13	3,96	2,66	-1,30	12
P14	3,96	2,62	-1,34	16
P15	3,89	2,83	-1,05	4
P16	3,98	2,63	-1,35	17
P17	3,96	2,66	-1,30	12
P18	3,99	2,79	-1,21	6
P19	3,97	2,69	-1,28	11
P20	3,99	2,51	-1,49	22
P21	3,76	2,79	-0,97	2
P22	4,23	2,75	-1,48	21
P23	4,19	2,67	-1,52	23

Tabel 12. Rangkang Gap antara *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained*

Dari hasil penelitian seperti yang tertera pada tabel diketahui bahwa gap yang paling besar terdapat pada indikator sajian yang diberikan dapat memberi kegembiraan kepada penonton yakni sebesar -1,52. Sebaliknya gap yang paling kecil terdapat pada indikator Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari yaitu sebesar -0,93. Hasil tersebut merekomendasikan kepada pengelola channel Negeri Indah Adil Makmur agar memberi usaha yang ekstra untuk indikator sajian yang diberikan dapat memberi kegembiraan kepada penonton, sehingga setara dengan indikator yang lain bahkan dapat memenuhi *gratification sought*. Sebaliknya,

untuk meningkatkan nilai dari indikator Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari dibutuhkan usaha yang kecil untuk memenuhi *gratification sought*.

Tingkat Kepuasan dan Ketidakpuasan Masyarakat

Hasil penelitian ini juga dapat dipetakan dalam kategori tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Pemetaan ini bermanfaat untuk mengetahui persentase tingkat kepuasan dan ketidakpuasan, sehingga kita mengetahui seberapa besar usaha atau inovasi yang harus ditingkatkan.

Label	Kepuasan Pelanggan	Rangking Kepuasan	Ketidakpuasan	Rangking Ketidakpuasan
P1	68,78	9	31,22	15
P2	68,40	10	31,60	14
P3	68,83	8	31,17	16
P4	63,78	21	36,22	3
P5	74,87	2	25,13	22
P6	75,99	1	24,01	23
P7	66,61	15	33,39	9
P8	69,28	7	30,72	17
P9	69,73	6	30,27	18
P10	67,06	14	32,94	10
P11	64,27	20	35,73	4
P12	64,49	19	35,51	5
P13	67,17	12	32,83	11

P14	66,16	17	33,84	7
P15	72,90	4	27,10	20
P16	66,16	16	33,84	8
P17	67,17	12	32,83	11
P18	69,78	5	30,22	19
P19	67,79	11	32,21	13
P20	62,77	23	37,23	1
P21	74,11	3	25,89	21
P22	64,98	18	35,02	6
P23	63,75	22	36,25	2

Tabel 13. Tingkat Kepuasan dan Ketidakpuasan Masyarakat

Informasi yang diberikan oleh tabel diketahui bahwa masyarakat memiliki tingkat kepuasan tertinggi pada indikator Informasi yang disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari yaitu sebesar 75,99 persen dan tidak ketidak-puasan sebesar 24,01 persen. Sebaliknya, masyarakat memiliki ketidakpuasan paling tinggi pada indikator Sajian yang diberikan dapat melepas rasa penat Penonton sebesar 37,23 dengan tingkat kepuasan sebesar 62,77 persen.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata Gratification Sought sebesar 3,97 dari skala 5. Indikator sajian yang diberikan dapat memberikan keindahan seni bagi Penonton merupakan Indikator dengan nilai yang paling rendah yakni sebesar 3,76. Sebaliknya, sajian yang diberikan dapat melepas beban emosi merupakan indikator dengan nilai tertinggi. Nilai rata-rata untuk variabel Gratification Sought adalah sebesar 3,97. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 91,27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata Gratification Obtained sebesar 2,70 dari skala 5. Indikator menyajikan informasi mengenai hasil penelitian Dosen yang bermanfaat bagi masyarakat merupakan Indikator dengan nilai yang paling rendah yakni sebesar 2,5. Sebaliknya, Informasi yang

disajikan dapat memberi solusi bagi masalah-masalah kehidupan yang dihadapi sehari-hari merupakan indikator dengan nilai tertinggi yakni sebesar 2,93. Nilai rata-rata untuk variabel Gratification Obtained adalah sebesar 2,70. Sedangkan nilai keseluruhan sebesar 62,05. Secara keseluruhan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap channel Negeri Indah Adil Makmur masih sangat kecil nilainya, sehingga harus ditingkatkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi ulang kelemahan yang dimiliki dan mencari alternatif atau inovasi baru sehingga sajian-sajian yang diberikan akan lebih diminati oleh masyarakat. Secara kuantitatif gap antara Gratification Sought dengan Gratification Obtained yang harus ditutupi sangat besar yaitu 1,27. Nilai ini tentu sangat besar, sehingga membutuhkan effort yang sangat besar pula untuk menutupi gap tersebut. Untuk meningkatkan minat agar penonton semakin puas menyaksikan program dari channel youtube Negeri Indah Adil dan Makmur maka harus diberikan usaha dan inovasi yang maksimal terutama Sajian yang diberikan dapat melepas rasa penat Penonton.

REFERENSI

- Andjarwati, T. (2015). Motivasi dari sudut pandang teori hirarki kebutuhan Maslow, teori dua faktor Herzberg, teori xy Mc Gregor, dan teori motivasi prestasi Mc Clelland. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 2(01).
- Arifin, Pupung. "Persaingan tujuh portal berita online Indonesia berdasarkan analisis uses and gratifications." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2013).
- Arianti, G. (2017). Kepuasan remaja terhadap penggunaan media sosial instgram dan path. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180-192.
- Christina, E. L. (2013). Kepuasan pendengar terhadap program Sonora News di radio Sonora Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1).
- Dirgantoro, D. W. A., & Mayangsari, I. D. (2017). Analisis Deskriptif Gratification Sought Dan Gratification Obtained Situs Berita Online (studi Komparasi Pembaca Situs Berita Online Detik. com Dan Kompas. com). *eProceedings of Management*, 4(2).
- FEBRIANA, D. (2012). Kepuasan Pembaca Remaja Di Surabaya Terhadap Deteksi Jawa Pos Studi Deskriptif tentang Kepuasan Pembaca melalui Konsep Gratification Sought dan Gratification Obtained (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Hardyanti, W. (2017). Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim. com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang. *Jurnal Sospol*, 3(1), 180-201.
- Hasny, F. A., Renadia, S. H., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114-127.
- Innova, E. I. (2016). Motif dan kepuasan pengguna instagram di komunitas instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26-40.
- Munthe, S. Y. M. (2021). Tingkat Kepuasan Pembaca Media Online Detik. com (Studi Analisis pada Jurnalis Lembaga Pers Mahasiswa di Kota Medan dengan Model Uses and

- Gratifications).
- Qorib, Fathul. "Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2020): 53-71.
- Riyanto, R. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *Inter Komunika*, 2(1), 61-70.
- Saripudin, M. (2020). Analisis Deskriptif Gratification Sought Dan Gratification Obtained Penggunaan Media Instagram (Studi Kasus Pada Followers Akun Instagram@ Evieefendie) (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Subagiyo, N. A., & Aestetika, N. M. (2023). Motives for Using Tiktok among Communication Studies Students at Muhammadiyah University of Sidoarjo. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 5, 10-21070.