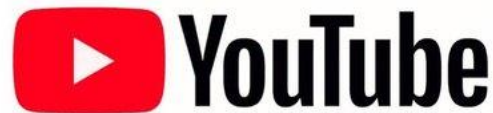


4. ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Youtube



Gambar 4.1 Logo Youtube
Sumber: google.com

Youtube merupakan sebuah situs yang secara khusus menawarkan layanan video *sharing*. Situs ini memberikan fasilitas bagi para pengakses untuk menikmati beragam kategori video, mulai dari musik, dokumenter, *talk show*, bahkan hingga *trailer* dari film-film yang akan tayang. Situs dengan slogan “*Broadcast Yourself*” ini berusaha menciptakan *image* sebagai situs multimedia, dimana pengunjungnya bisa menikmati sajian video-video dengan beragam tema dan kategori. Secara resmi, *Youtube* dikembangkan dan diluncurkan dihadapan publik pada Februari 2005 yang dicetuskan oleh 3 mantan pegawai *Paypal* yang bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Melihat prospek situs *Youtube* yang semakin baik, Google mengakuisisi situs ini pada bulan Oktober 2006. (Laksamana Media, 2009, p.82-83).

Pemilihan nama www.Youtube.com mengakibatkan masalah bagi sebuah situs dengan nama yang hampir sama, yaitu www.utube.com. Pemilik situs, *Universal Tube & Rollform Equipment*, mengajukan gugatan terhadap *Youtube* pada November 2006 setelah mengalami kelebihan beban secara teratur yang diakibatkan oleh orang yang mencari situs *Youtube*. Pada bulan Oktober 2006, *Google Inc.* membeli *Youtube* senilai 1,65 miliar US dolar. Pada tahun 2007, *Youtube* telah mengkonsumsi *bandwidth* menyamai besarnya *bandwidth* keseluruhan internet di dunia pada tahun 2000. Pada bulan Juni 2008, majalah Forbes memberitakan bahwa pendapatan *Youtube* selama tahun 2008 diperkirakan

mencapai 200 juta US dolar. Pada tahun 2008, *Youtube* mendapatkan penghargaan *George Foster Peabody Award* dan karena telah menjadi “*Speakers Corners*” dan ikut berjasa dalam pengembangan demokrasi dan kebebasan berpendapat. (Savitri, 2019, p.108).

4.1.2 Channel Youtube Deddy Corbuzier

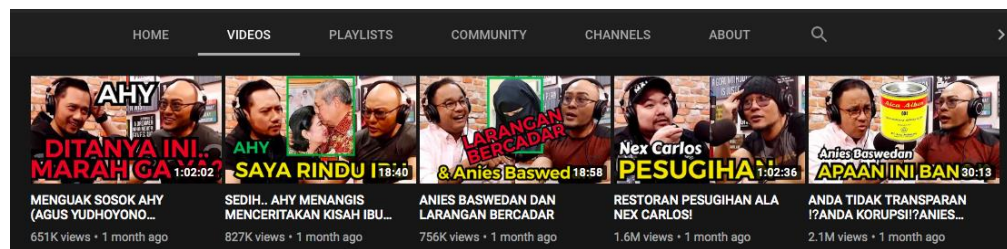
Deddy Corbuzier membuat *channel Youtube* pada Desember 2009, namun Deddy mulai aktif membuat konten sendiri di Youtube mulai dari tahun 2015 dengan kontennya yang bernama “Triangle”. Video pertama dari *channel Youtube* Deddy adalah hasil rekaman dari acara TV yang dulu ia bawakan yaitu acara “*The Mentalist*” dimana pada saat itu dia masih menjadi seorang pesulap (Youtube.com, 2020). Sejak tahun 2015, Deddy mulai membuat konten-konten baru yang akhirnya membuatnya disebut sebagai *Father of Youtube* karena konten-konten yang di unggah olehnya dianggap memotivasi dan ceplas ceplos, serta mengayomi dengan pendapatnya yang banyak berbentuk nasihat (malangtimes.com, 2019).

Deddy Corbuzier memiliki beberapa konten yang ia unggah, seperti *Me Against the World*, *Motive*, namun untuk saat ini yang paling konsisten ia unggah adalah konten video *podcast*. Ia mulai mengunggah konten video *podcast* ini sejak 19 Juli 2019. Pada konten video *podcast* yang dibuat, bintang tamu yang di undang bukanlah orang-orang biasa saja, mulai dari orang-orang yang sedang viral, orang-orang terkenal seperti artis (*entertainer*), sampai orang-orang penting seperti gubernur ikut berpartisipasi dalam konten yang ia buat.



Gambar 4.2 Logo video *podcast* di *channel* Deddy Corbuzier
Sumber: Youtube.com

Deddy selalu mengundang narasumber yang kredibel untuk membahas isu atau hal yang sedang viral atau penting untuk dibahas. Contohnya seperti Anies Baswedan yang diundang untuk membicarakan tentang korupsi lem aibon juga permasalahan dilarang bercadar, Agus Yudhoyono (AHY) diundang membahas tentang berita-berita yang bersangkutan dengan nya mengenai ia tidak terpilih menjadi menteri juga tentang almarhum ibunya, Nex Carlos seorang *Youtuber foodies* membahas tentang restoran-restoran, dan masih banyak lagi.



Gambar 4.3 *Thumbnail* konten video *podcast channel* Deddy Corbuzier
Sumber: Youtube.com

Deddy Corbuzier memang bukan orang pertama yang mengunggah konten video *podcast* ini, dan dia memang bukan satu-satunya *Youtuber* yang membuat konten ini. Namun, Deddy adalah *Youtuber* yang paling konsisten dalam mengunggah konten ini dan ia juga mengundang orang-orang yang tidak biasa. Pembahasannya juga bukan hanya hal-hal biasa saja, mulai dari hal viral seperti Kekeyi, seorang perempuan yang viral karena video tutorial make-up nya yang tersebar di sosial media, sampai hal yang penting seperti masalah politik, dimana ia mengundang Sandiaga Uno dan membahas bahwa politik sebenarnya kotor.

Tabel 4.1 Data *Channel Youtube* dengan Konten *Podcast*

Deddy Corbuzier	<i>Podcast</i> Pertama 19 Juli 2019	Total video <i>Podcast</i> 126 Video	Bintang tamu Beberapa artis ternama (Cinta Laura, Luna Maya, Titiek Puspa), beberapa orang yang sedang viral (Kekeyi, Uus, Jovi Adhiguna, Milen), sampai orang-orang penting seperti pejabat negara
-----------------	--	--	--

			(Sandiaga Uno, Anies Baswedan, Ganjar Pranowo).
Raditya Dika	<i>Podcast</i> Pertama 8 April 2019	Total video <i>Podcast</i> 26 Video	Bintang tamu Beberapa artis seperti Yura Yunita, Aurel Hermansyah, lalu influencer seperti Rachel Venya, Komika.
Gritte Agatha	<i>Podcast</i> Pertama 1 November 2019	Total video <i>Podcast</i> 27 Video	Bintang tamu Orang-orang yang sedang viral dan artis seperti Aurel, Kekeyi, Ria Ricis, Alshad.
Atta Halilintar	<i>Podcast</i> Pertama 23 Januari 2020	Total video <i>Podcast</i> 8 Video	Bintang tamu Beberapa artis seperti Ashanty, Aurel, Verel Bramasta.
Majelis Lucu	<i>Podcast</i> Pertama 14 Februari 2019	Total video <i>Podcast</i> 32 Video	Bintang tamu Para Komika.

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan berdasarkan perolehan hasil kuesioner *online* yang telah peneliti bagikan kepada responden berjumlah 400 orang. Dibutuhkan nilai r untuk menjadi patokan valid tidaknya kuesioner yang diterima peneliti. Dapat dikatakan valid ketika r hitung lebih besar daripada r tabel. Nilai r dapat dilihat pada r tabel dan untuk 400 orang dengan toleransi ketidaktelitian sebesar 5%, nilai r tabel yang dibutuhkan sebesar 0,098. Berikut tabel Validitas *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*:

Tabel 4.2 Uji Validitas *Gratification Sought*

Gratification Sought:

Motif	r Hitung	r Tabel	Keterangan
GSN1	0,706	0,098	Valid
GSN2	0,708	0,098	Valid
GSN3	0,583	0,098	Valid

GSN4	0,730	0,098	Valid
GSB1	0,702	0,098	Valid
GSB2	0,750	0,098	Valid
GSB3	0,707	0,098	Valid
GSO1	0,604	0,098	Valid
GSO2	0,696	0,098	Valid
GSO3	0,685	0,098	Valid
GSDC1	0,680	0,098	Valid
GSDC2	0,734	0,098	Valid
GSDC3	0,751	0,098	Valid
GSDC4	0,608	0,098	Valid
GSDC5	0,738	0,098	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan pada table 4.2 yang telah diolah peneliti, diketahui bahwa setiap pertanyaan yang terdapat dalam bagian *gratification sought* memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel yang memiliki nilai standar 0,098. Dari hasil uji ini menyatakan bahwa butir pertanyaan yang disediakan untuk “motif” adalah valid.

Tabel 4.3 Uji Validitas *Gratification Obtained*

Gratification Obtained:

Motif	r Hitung	r Tabel	Keterangan
GON1	0,761	0,098	Valid
GON2	0,726	0,098	Valid
GON3	0,698	0,098	Valid
GON4	0,792	0,098	Valid
GOB1	0,757	0,098	Valid
GOB2	0,761	0,098	Valid
GOB3	0,784	0,098	Valid
GOO1	0,736	0,098	Valid
GOO2	0,800	0,098	Valid
GOO3	0,776	0,098	Valid
GODC1	0,781	0,098	Valid
GODC2	0,808	0,098	Valid
GODC3	0,798	0,098	Valid
GODC4	0,673	0,098	Valid
GODC5	0,794	0,098	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan pada table 4.3 yang telah diolah peneliti, diketahui bahwa setiap pertanyaan yang terdapat dalam bagian *gratification obtained* memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r table yang memiliki nilai standar 0,098. Dari hasil uji ini menyatakan bahwa butir pertanyaan yang disediakan untuk “kepuasan” adalah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Setelah semua kuisioner dikatakan valid, maka langkah selanjutnya akan melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan. Dengan kata lain, apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali, akan menghasilkan hasil ukuran yang sama (Bungin, 2005, p.96-97). Suatu item dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* positif dan lebih besar dari 0.6. Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada 400 responden *Subscriber* Deddy Corbuzier, peneliti mengelolah data dengan SPSS dan menemukan bahwa reliabilitas dari variabel *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

Variabel	Cronbach's Alpha	r Tabel	Keterangan
<i>Gratification Sought</i>	0,922	0,6	Reliabel
<i>Gratification Obtained</i>	0,948	0,6	Reliabel

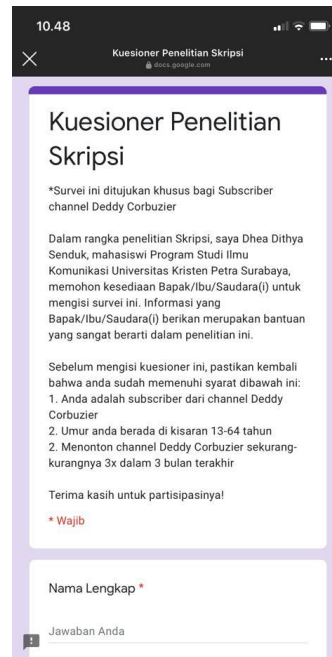
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 4.4 yang telah diolah peneliti, diketahui bahwa *gratification sought* dan *gratification obtained* memperoleh nilai 0,922 dan 0,948, dimana itu lebih besar dari 0,6. Jika dilihat dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan reliabel karena Cronbach alpha's lebih besar dari 0,6.

4.2 Profil *Subscribers channel Youtube Deddy Corbuzier*

Total responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 400 responden. Responden penelitian ini merupakan para *subscriber* (pelanggan) dari *channel Youtube* Deddy Corbuzier. Para *subscriber* mengisi survei *online*

melalui alamat <https://forms.gle/wqudFgq7ABYWSm7K7> dalam kurun waktu 20 – 23 April 2020. Peneliti menyebarkan *link* dari survei *online* ini melalui *direct message* Instagram (DM), *share* di beberapa grup yang ada di sosial media peneliti, komentar di *post* Instagram Deddy Corbuzier dan komentar di tiap video yang baru di *upload* di *channel Youtube* Deddy Corbuzier.



10.48

Kuesioner Penelitian Skripsi

Kuesioner Penelitian Skripsi

*Survei ini ditujukan khusus bagi Subscriber channel Deddy Corbuzier

Dalam rangka penelitian Skripsi, saya Dhea Dithya Senduk, mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi survei ini. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penelitian ini.

Sebelum mengisi kuesioner ini, pastikan kembali bahwa anda sudah memenuhi syarat dibawah ini:

1. Anda adalah subscriber dari channel Deddy Corbuzier
2. Umur anda berada di kisaran 13-64 tahun
3. Menonton channel Deddy Corbuzier sekurang-kurangnya 3x dalam 3 bulan terakhir

Terima kasih untuk partisipasinya!

* Wajib

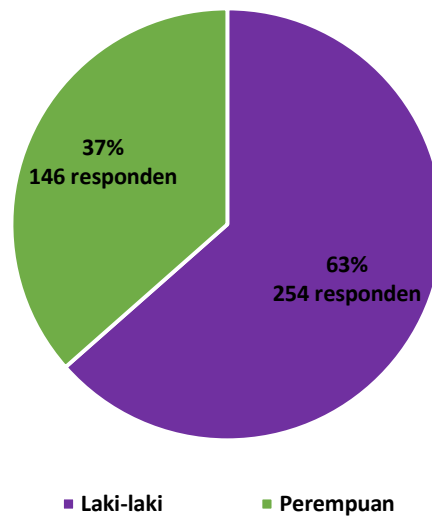
Nama Lengkap *

Jawaban Anda

Gambar 4.4 Tampilan Kuesioner *Online*
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Responden dipersilahkan mengisi kuisisioner secara mandiri. Dari kuisisioner yang telah disebar ke 400 responden yang sesuai dengan kriteria utama sampel, yaitu berusia 13-64 tahun dan yang merupakan *subscriber channel* Deddy Corbuzier. Pada halaman pertama kuisisioner, pertanyaan yang diajukan adalah mengenai identitas responden yaitu nama, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, pekerjaan, penghasilan, sudah berapa kali menonton video Deddy Corbuzier dalam 3 bulan terakhir, dan kemudian halaman berikutnya berisi pernyataan-pernyataan indikator Motif dan Kepuasan.

4.3.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Bagan 4.1 Profil Resopnden berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan bagan 4.1, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Diketahui responden laki-laki sebanyak 63,5%, sedangkan responden perempuan sebanyak 36,5%. Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah laki-laki yaitu sebesar 63,5%.

Menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2019, menyebutkan bahwa 150 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan yang paling diakses adalah *Youtube*, dan jika di persentasekan, pengguna berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 55,5%, dimana itu berarti lebih dari setengah pengguna media sosial *Youtube* adalah laki-laki (katadata.co.id, 2019). Hal tersebut sama dengan temuan data di atas yang menunjukkan jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan, yang artinya bahwa responden laki-laki cenderung lebih aktif mengakses *Youtube* dibandingkan perempuan.

4.3.2 Profil Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
13 Tahun	1	0.25%
14 Tahun	5	1.25%
15 Tahun	4	1%
16 Tahun	9	2.25%
17 Tahun	16	4%
18 Tahun	19	4.75%
19 Tahun	31	7.75%
20 Tahun	34	8.5%
21 Tahun	36	9%
22 Tahun	42	10.5%
23 Tahun	31	7.75%
24 Tahun	45	11.25%
25 Tahun	23	5.75%
26 Tahun	21	5.25%
27 Tahun	16	4%
28 Tahun	14	3.5%
29 Tahun	7	1.75%
30 Tahun	15	3.75%
31 Tahun	2	0.5%
32 Tahun	2	0.5%
33 Tahun	2	0.5%
34 Tahun	3	0.75%
35 Tahun	5	1.25%
36 Tahun	1	0.25%
37 Tahun	1	0.25%
38 Tahun	3	0.75%
39 Tahun	2	0.5%
40 Tahun	2	0.5%
41 Tahun	1	0.25%
43 Tahun	2	0.5%
44 Tahun	1	0.25%
49 Tahun	1	0.25%
50 Tahun	1	0.25%
55 Tahun	1	0.25%
58 Tahun	1	0.25%
TOTAL	400	100%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, peneliti membagi kategori usia menjadi tiga bagian besar yaitu remaja, dewasa dan lansia. Kategori ini dibuat berdasarkan Departemen Kesehatan RI (2009) yang mengeluarkan kategori tersebut dalam situs resminya yaitu depkes.go.id.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Usia Remaja, Dewasa dan Lansia

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Remaja Awal (13-16 thn)	19	4.75%
Remaja Akhir (17-25 thn)	277	69.25%
Dewasa Awal (26-35 thn)	87	21.75%
Dewasa Akhir (36-45 thn)	13	3.25%
Lansia Awal (46-55 thn)	3	0.75%
Lansia Akhir (56-65 thn)	1	0.25%
TOTAL	400	100%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi sebagai *subscriber channel Youtube* Deddy Corbuzier berusia antara 17-25 tahun, sebanyak 69.25%. Sedangkan pada peringkat kedua berada pada responden dengan usia 26-35 tahun sebanyak 21.75% dari total keseluruhan 400 orang. Dilansir dari laman CNN Indonesia, mengatakan bahwa *Youtube* banyak digunakan oleh pengguna diantara 18-29 tahun dengan presentase 82% (Prihadi, 2015). Maka jika dilihat dari tabel di atas, data tersebut sama dengan penemuan dari peneliti, dimana usia remaja dan dewasa adalah pengguna aktif media sosial *Youtube*. Dimana pengguna Dimana pengguna *Youtube* yang aktif berada pada kisaran usia antara 18-29 tahun, karena responden terbanyak ada di usia 17-25 tahun dan disusul usia 26-35 tahun.

Adapun menurut wawancara peneliti dengan beberapa responden, yang pertama adalah Natasha (21 tahun) berkata bahwa diusia nya saat ini mudah untuk menggunakan media sosial karena mereka mengikuti perkembangan jaman, sementara untuk orang-orang yang lebih tua mereka bingung bagaimana cara untuk menggunakan media sosial karena pada jaman mereka masih muda teknologi belum se-berkembang sekarang. Lalu responden bernama Wydia (38 tahun) berkata bahwa ia menggunakan media sosial, namun memang ia harus belajar dulu dari orang lain untuk menggunakannya, berbeda dengan anaknya

yang sekarang berumur 12 tahun, ia bisa dengan mudah mengerti karena ia lahir di jaman teknologi yang sudah semakin maju. Berdasarkan pernyataan tersebut, memperkuat mengapa pengguna *Youtube* yang aktif berada pada kisaran usia 18-29 tahun.

4.3.3 Profil Responden berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan Tempat Tinggal

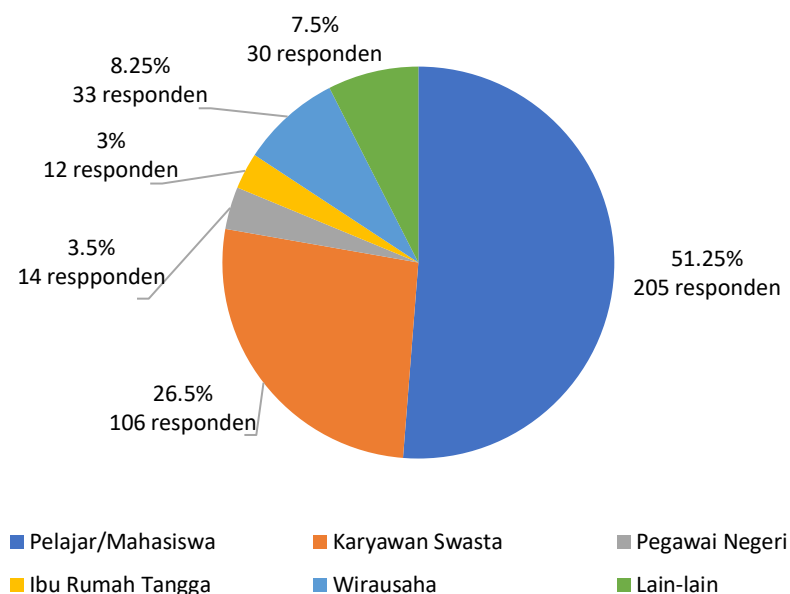
Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase (%)
Aceh	2	0.5%
Bengkulu	1	0.25%
Sumatera Utara	10	2.5%
Sumatera Selatan	2	0.5%
Sumatera Barat	3	0.75%
NTB	2	0.5%
Jambi	2	0.5%
Banten	1	0.25%
Jawa Barat	79	19.75%
Jakarta	50	12.5%
Jawa Tengah	45	11.25%
Yogyakarta	15	3.75%
Jawa Timur	93	23.25%
Kalimantan Barat	2	0.5%
Kalimantan Tengah	5	1.25%
Kalimantan Selatan	7	1.75%
Kalimantan Timur	12	3%
Bali	5	1.25%
Batam	5	1.25%
Sulawesi Selatan	8	2%
Sulawesi Utara	38	9.5%
Sulawesi Tenggara	1	0.25%
Maluku	1	0.25%
Papua	3	0.75%
Riau	3	0.75%
Lampung	2	0.5%
Luar Indonesia	3	0.75%
TOTAL	400	100%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa daerah yang paling banyak menonton *channel Youtube* Deddy Corbuzier adalah Jawa Timur dengan 93 responden atau 23.25%, lalu disusul oleh Jawa Barat sebanyak 80 responden atau 20%, dan

Jakarta sebanyak 50 responden atau 12.5%, dan jika diperhatikan ketiga daerah tersebut berada di pulau Jawa. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau biasa disebut APJII (2017), pengguna internet di Indonesia menembus angka 143,27 juta dari total populasi penduduk. Berdasarkan survei tersebut, APJII merangkul wilayah dengan tingkat pengguna internet tertinggi, dan wilayah tersebut adalah Jawa. Jumlah pengguna internet di Jawa mencapai 58,08% dari total pengguna di Indonesia. Meski begitu, penetrasi penyebaran internet masih setengahnya, yakni 57,7% dari total penduduk di Jawa.

4.3.4 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan



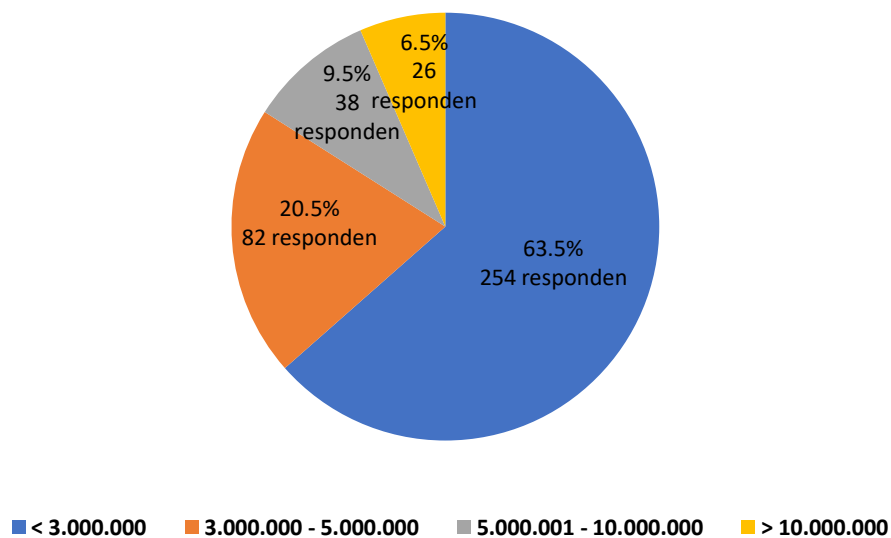
Bagan 4.2 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Dari bagan di atas dapat dilihat bahwa mayoritas *subscriber channel Youtube* Deddy Corbuzier merupakan Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 51.25%. Responden lainnya memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Swasta sebanyak 26.5%, Pegawai Negeri sebanyak 3.5%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 3%, Wirusaha sebanyak 33%, dan pekerjaan selain yang tertera sebanyak 7.5%.

Bagan di atas menunjukkan bahwa Pelajar/Mahasiswa memiliki peringkat paling tinggi dibandingkan pekerjaan lainnya karena dilansir dari laman artikel Detik *news* yang berjudul “Pelajar Indonesia Salah Satu Pengguna Teknologi Tertinggi di Dunia” (2018) mengatakan bahwa pelajar di Indonesia merupakan

salah satu pengguna teknologi tertinggi di dunia, juga hasil wawancara peneliti dengan salah satu responden bernama Natasha Ngantung (21 tahun) menyatakan bahwa ia sering mengakses *Youtube* karena setiap ada waktu luang, seperti menunggu kelas selanjutnya di kampus, atau sedang tidak ada pekerjaan lain di kos, apalagi baik di kampus maupun di kos memiliki fasilitas *wifi*, maka ia jadi lebih sering mengakses *Youtube*.

4.3.5 Profil Responden berdasarkan Pendapatan tiap Bulan

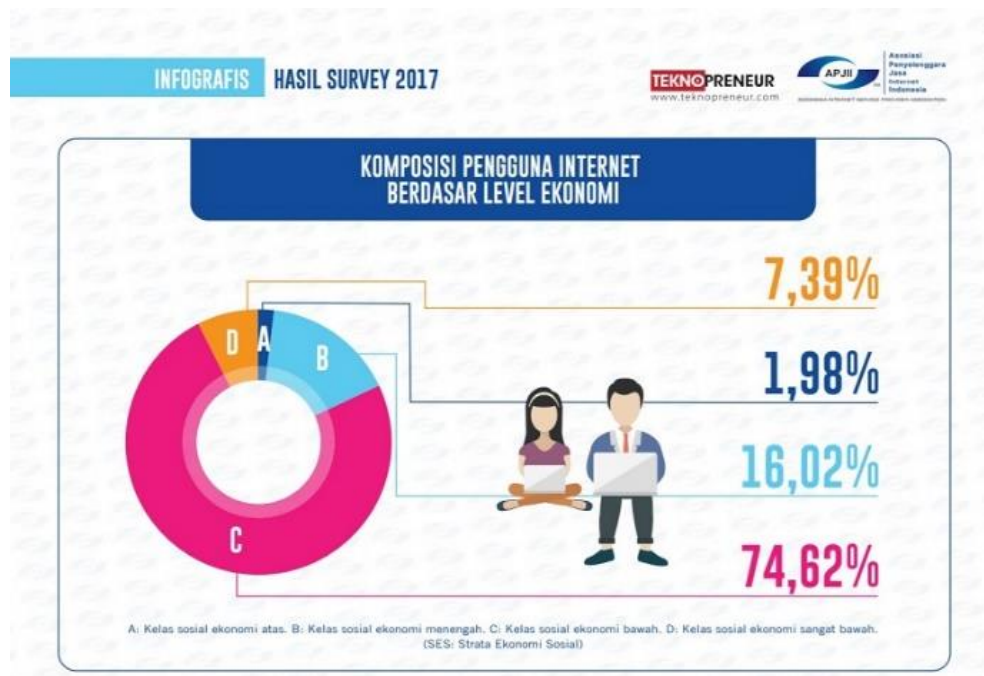


Bagan 4.3 Profil Responden berdasarkan Pendapatan tiap Bulan
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada bagan 4.3, diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendapatan perbulan dibawah Rp. 3.000.000 dengan persentase 63.5%. Setelah itu diikuti oleh pendapatan perbulan sebanyak Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 dengan persentase 20.5%. Berdasarkan Strata Ekonomi Sosial (SES) yang dibuat oleh Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa kelas ekonomi dengan persentase terbesar tersebut masuk dalam kelas ekonomi *middle* yaitu dibawah Rp 3.000.000, dan disusul oleh kelas ekonomi *upper middle* yaitu antara Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000. Itu sesuai dengan survei yang dilakukan oleh APJII mengenai komposisi pengguna internet berdasarkan level ekonomi, yang dilakukan di enam wilayah besar di Indonesia (Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali-Nusa, dan Maluku-Papua), dengan responden

sebanyak 2500 responden (Hamdani, 2018). (Tambah Analisa, apakah itu cocok atau tidak, dll)

Hasil survei APJII memperlihatkan komposisi pengguna internet berdasarkan level ekonominya, dan level ekonomi tersebut dilihat dari Strata Ekonomi Sosial (SES) yang dibuat oleh APJII. Terlihat kelas sosial ekonomi bawah (kelas C, pendapatan Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.000), mendominasi pengguna internet di Indonesia, sebanyak 74.62%, lalu disusul dengan ekonomi menengah (kelas B, pendapatan Rp 2.500.000 s/d 3.500.000) sebanyak 16.02% dan menunjukkan bahwa penetrasi pengguna aplikasi berbayar dan berlangganan di Indonesia terbilang rendah (Hamdani, 2018).



Gambar 4.5 Komposisi Pengguna Internet berdasarkan Level Ekonomi
Sumber: Tek.id

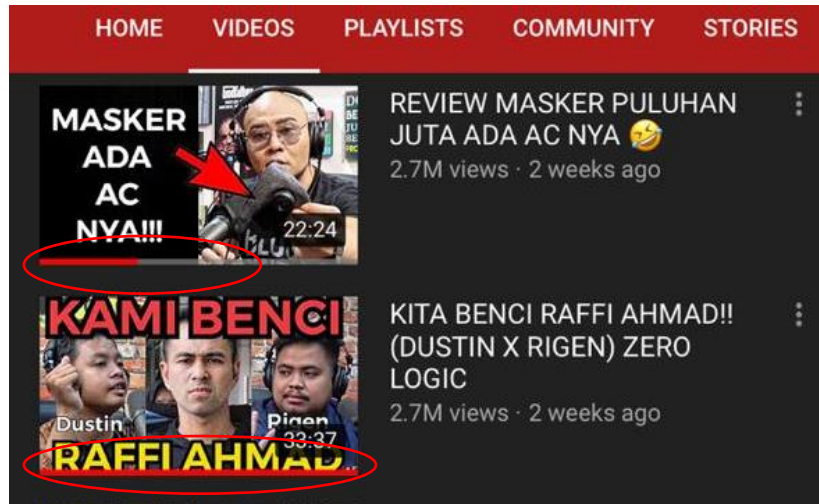
4.3.6 Profil Responden berdasarkan Jangka Waktu Menonton *Youtube*



Bagan 4.4 Profil Responden berdasarkan Jangka Waktu Menonton *Youtube*
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan bagan di atas dari 400 responden *subscriber channel Youtube* Deddy Corbuzier sebanyak 87.25% menonton video dari *channel Youtube* Deddy Corbuzier lebih dari 3 kali dalam 3 bulan terakhir ini, dan sebanyak 12.75% menonton video dari *channel Youtube* Deddy Corbuzier 3 kali dalam 3 bulan terakhir ini. Hal tersebut sesuai dengan teori behaviorisme dimana kegiatan yang diulangi menandakan bahwa ada kesenangan yang didapatkan (Rakhmat, 2007), sedangkan pemilihan waktu tiga bulan terakhir berkaitan dengan daya ingat jangka pendek seseorang terhadap suatu objek setidaknya tiga bulan (Engel, 2006).

Ada pun menurut salah satu responden bernama Claudio (25 Tahun) berkata bahwa ia pastinya menonton lebih dari 3 kali dalam 3 bulan terakhir karena Deddy Corbuzier pasti mengunggah konten setiap harinya, dan ia menerima notifikasi dari aplikasi *Youtube* jika Deddy telah mengunggah video baru, dan di aplikasi kita bisa melihat video mana saja yang sudah kita tonton berdasarkan garis merah yang terletak di bawah gambar *thumbnail* dari video tersebut. Garis merah tersebut menunjukkan sampai dimana kita telah menonton video tersebut. Apakah kita menontonnya sampai habis atau tidak.



Gambar 4.6 Garis Merah pada tampilan *Thumbnail* video di *Youtube*
 Sumber: *Youtube.com*

4.4 Deskripsi Data Motif dan Kepuasan Responden

4.4.1 Deskripsi Data Indikator *Novelty* (Keterbaruan)

Tabel 4.8 Deskripsi Data Sub Indikator Motif *Novelty* (Keterbaruan)

Jawaban Responden	Gratification Sought (GS)			
	N1	N2	N3	N4
STS	16	19	22	14
TS	23	13	56	11
N	66	74	144	56
S	187	188	133	175
SS	108	106	45	144
Total	400	400	400	400
Mean	3.87	3.87	3.31	4.06
Total Mean	3.77			

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- N1 : Saya menonton video di *Youtube channel* Deddy Corbuzier karena *Youtube* adalah hal yang baru untuk menonton video selain TV.
- N2 : Saya menonton video di *Youtube channel* Deddy Corbuzier karena *platform Youtube* yang inovatif.
- N3 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena tampilannya menarik. Misal: tampilan *thumbnailnya* menarik, perpaduan *font* dan warnanya membuat saya tertarik untuk melihatnya.

N4 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena ingin mendapatkan pengalaman yang baru dibanding menggunakan *platform* lain (misalnya dapat memilih topik yang saya sukai tanpa dibatasi waktu, kalau TV ada jam tayangnya).

Pada tabel 4.8, dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling besar terdapat pada N4, dimana N4 berisi pernyataan berupa “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena ingin mendapatkan pengalaman yang baru dibanding menggunakan *platform* lain (misalnya dapat memilih topik yang saya sukai tanpa dibatasi waktu, kalau TV ada jam tayangnya)”. N4 mendapatkan setuju sebanyak 175 responden dan sangat setuju sebanyak 144 responden. Hal tersebut diungkapkan oleh Marsha (25 tahun) yang menyatakan bahwa *Youtube* jadi salah satu media yang menjadi pilihannya untuk menonton video karena pengalamannya dalam menggunakan *Youtube* membuat ia merasa bahwa *Youtube* memang lebih mudah dan *enak* untuk digunakan dibanding media lain untuk menonton video. Ia bisa memilih video apa saja yang ia inginkan, dan kapan saja dia mau menonton video, bahkan jika itu adalah video yang sama, ia bisa menontonnya sampai berulang-ulang kali tanpa ada masalah.

Di samping itu, terdapat juga tingkat ketidaksetujuan, dan tingkat ketidaksetujuan tertinggi berada pada pernyataan N3 yaitu “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena tampilannya menarik. Misal: tampilan *thumbnail*nya menarik, perpaduan *font* dan warnanya membuat saya tertarik untuk melihatnya.”. N3 mendapatkan tidak setuju sebanyak 56 dan sangat tidak setuju sebanyak 22, hal tersebut juga diungkapkan oleh salah satu responden yang bernama Jason (19 tahun), yang menyatakan bahwa tampilan dari *thumbnail* tidak mempengaruhinya untuk menonton video dari *channel* Deddy Corbuzier. Ia lebih memerhatikan isi konten dan bintang tamu, juga topik yang dibahas dalam video tersebut.

Selain pernyataan yang mendapatkan persetujuan tertinggi, dan ketidaksetujuan tertinggi, dalam penelitian ini juga menemukan *mean* tertinggi pada indikator *novelty* ini, yaitu N4 dengan *mean* 4.06, dimana N4 merupakan *item* pernyataan yang berisi “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena

ingin mendapatkan pengalaman yang baru dibanding menggunakan *platform* lain (misalnya dapat memilih topik yang saya sukai tanpa dibatasi waktu, kalau TV ada jam tayangnya).” Menurut hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* (2019), *Youtube* adalah media sosial yang paling sering diakses oleh para pengguna internet. Google dan Kantar TNS juga pernah melakukan survei pada Januari 2018, bahwa *Youtube* ditonton oleh 53% pengguna internet di Indonesia, sementara yang menonton TV ada sebanyak 57%. Jika dilihat dari hasil tersebut, terlihat jelas bahwa *Youtube* sekarang telah mengejar eksistensi dari TV, karena berdasarkan riset dari Google dan Kantar TNS tersebut, ternyata *Youtube* tidak hanya disaksikan oleh penonton daerah pusat kota saja, namun juga dinikmati masyarakat rural atau pedesaan (Ayuwuragil, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa *Youtube* adalah salah satu media atau *platform* yang dapat menjadi pilihan terbaik selain TV untuk menonton video, atau bahkan dengan media atau *platform* lain.

Tabel 4.9 Deskripsi Data Sub Indikator Kepuasan *Novelty* (Keterbaruan)

Jawaban Responden	Gratification Obtained (GO)			
	N1	N2	N3	N4
STS	17	21	22	13
TS	23	35	57	13
N	55	115	153	62
S	184	134	115	192
SS	121	95	53	120
Total	400	400	400	400
Mean	3.92	3.61	3.3	3.98
Total Mean	3.7			

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- N1 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier di *Youtube*, saya menyukai hal tersebut karena ini adalah hal baru untuk menonton video selain TV.
- N2 : Setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya jadi suka *Youtube* karena *Youtube* adalah *platform* baru yang sangat inovatif.

N3 : Setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka dengan tampilan *thumbnail* dari *channel* Deddy Corbuzier yang menarik, warnanya membuat saya tertarik untuk melihatnya lagi dan lagi.

N4 : Setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka dengan topik yang dibawakan oleh *channel* Deddy Corbuzier.

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling tinggi, ketidaksetujuan paling tinggi dan *mean* tertinggi sama dengan tabel 4.8 yang membahas motif dari indikator *novelty*, yaitu N4 yang mendapatkan tingkat persetujuan paling tinggi dengan setuju sebanyak 192 responden dan sangat setuju sebanyak 120 responden. Sedangkan N3 yang mendapatkan tingkat ketidaksetujuan paling tinggi, dengan tidak setuju sebanyak 57 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 22 responden. Lalu N4 sebagai *mean* tertinggi dengan *mean* 3.98.

Tabel 4.10 Kesenjangan GS dan GO pada Indikator *Novelty* (Keterbaruan)

	N1	N2	N3	N4
Mean GS	3.87	3.87	3.31	4.06
Mean GO	3.92	3.61	3.3	3.98
Selisih	0.05	-0.26	-0.01	-0.08
Rata-rata <i>mean</i> GS	3.77			
Rata-rata <i>mean</i> GO	3.7			
Selisih	-0.07			

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, dari empat pernyataan, hampir keseluruhan GS mendominasi dibandingkan *mean* GO, hanya satu yang *mean* GS lebih besar dari *mean* GO. Artinya ada hampir seluruh pernyataan dikatakan tidak puas, tetapi ada satu pernyataan yang di rasa puas oleh responden. Jika dilihat dari selisih rata-rata *mean* GS dan GO, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden tidak puas dengan indikator *novelty* ini, dengan selisih 0.07 dimana rata-rata *mean* GS lebih besar dari rata-rata *mean* GO. Dilihat dari item pernyataan, nilai selisih tertinggi terdapat pada N2 yaitu sebesar 0.26, dengan pernyataan “Setelah menonton *channel* Deddy

Corbuzier, saya jadi suka *Youtube* karena *Youtube* adalah *platform* baru yang sangat inovatif.”, hal tersebut menunjukkan bahwa *platform Youtube* yang inovatif tidak membuat para *subscriber* menjadi lebih suka untuk menonton video di *channel Youtube* Deddy Corbuzier yang artinya tidak ada kepuasan dari *subscriber* Deddy Corbuzier. Menurut salah satu responden bernama Joel Bolo (21 tahun) ia suka dengan konten dari *channel* Deddy Corbuzier, namun ia tertarik bukan karena *platform Youtube* yang inovatif melainkan karena kontennya yang menarik untuk ditontonnya.

Disisi lain, N1 mendapatkan kepuasan dari para *subscriber*, dengan GS selisih 0.05 lebih kecil dari GO. N1 berisikan pernyataan “Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier di *Youtube*, saya menyukai hal tersebut karena ini adalah hal baru untuk menonton video selain TV.”. Hal tersebut menunjukkan adanya kepuasan dari responden, dimana motif yang dicari lebih kecil dibandingkan kepuasan yang didapatkan. *Channel* Deddy Corbuzier dapat memberikan kepuasan pada respondennya untuk menonton video dari Deddy Corbuzier melalui *Youtube* selain TV, karena selain seorang *Youtuber*, Deddy adalah seorang entertainer yang memiliki program acara yang tayang di TV. Menurut penelitian dari Muhammad Farchan Fadhlurrahman (2018, p2) dengan berkembangnya *Youtube*, peran televisi semakin tergeser. Sebab dengan televisi yang menyajikan berita sesuai program, dan tidak dapat diulang, *Youtube* dapat menyajikan berita atau informasi apapun sesuai dengan yang pengguna cari dan dapat diulang sebanyak apapun selama konten tersebut masih tersimpan.

4.4.2 Deskripsi Data Indikator *Bandwagon* (Aktivitas dalam *channel*)

Tabel 4.11 Deskripsi Data Sub Indikator Motif *Bandwagon* (Aktivitas dalam *channel*)

Jawaban Responden	Gratification Sought (GS)		
	B1	B2	B3
STS	20	16	16
TS	20	5	11
N	100	27	69
S	148	173	177
SS	111	179	127
Total	400	400	400
Mean	3.78	4.24	3.97
Total Mean	3.99		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- B1 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena membantu saya dalam mengambil keputusan lewat opini orang lain. (Misal melalui konten video *podcast* yang membahas tentang banyak hal)
- B2 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat mengetahui pendapat dan pemikiran lain akan sebuah isu atau permasalahan yang terjadi.
- B3 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat membandingkan pendapat saya dengan orang lain.

Pada tabel 4.11, dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling besar terdapat pada B2, dimana berisi pernyataan “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat mengetahui pendapat dan pemikiran lain akan sebuah isu atau permasalahan yang terjadi.”. B2 mendapatkan setuju sebanyak 173 responden dan sangat setuju sebanyak 179 responden. Hal tersebut diungkapkan oleh Kevin (21 tahun) dimana ia menyatakan bahwa setelah menonton video dari *channel* Deddy Corbuzier, ia jadi bisa lebih *up to date* mengenai sebuah permasalahan yang terjadi, dan ia jadi tahu tentang pendapat dari orang-orang yang terlibat atau paham tentang permasalahan tersebut. Contohnya seperti Panji

Petualang yang pernah menjadi narasumber dan mereka membahas tentang ular. Kevin pernah diberi tahu dan mencoba darah ular karena ia pernah diberitahu kalau darah ular itu menyehatkan. Ternyata itu tidak benar, dan ia mengetahui hal tersebut dari video yang ia tonton di *channel* Deddy Corbuzier.

Di samping itu, terdapat juga tingkat ketidaksetujuan, dan tingkat ketidaksetujuan tertinggi berada pada pernyataan B1 yaitu “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena membantu saya dalam mengambil keputusan lewat opini orang lain. (Misal melalui konten video *podcast* yang membahas tentang banyak hal)”. B1 mendapatkan tidak setuju sebanyak 20 dan sangat tidak setuju sebanyak 20. Salah satu responden dari penelitian ini yang bernama Brigita (21 tahun) menyatakan bahwa ia suka menonton konten Deddy Corbuzier di *Youtube* apalagi semenjak Deddy mengunggah konten video *podcast*. Namun itu tidak membuat ia mengambil sebuah keputusan dari video tersebut. Ia hanya menonton video tersebut untuk hiburan, atau untuk melihat sudut pandang dari orang-orang yang bersangkutan dengan permasalahan yang sedang terjadi, atau hanya ingin tahu saja.

Selain pernyataan yang mendapatkan persetujuan tertinggi, dan ketidaksetujuan tertinggi, dalam penelitian ini juga peneliti menemukan *mean* tertinggi pada indikator ini, yaitu B2 dengan *mean* 4.24, dimana B2 merupakan *item* pernyataan yang berisi “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat mengetahui pendapat dan pemikiran lain akan sebuah isu atau permasalahan yang terjadi.”. Hal tersebut menunjukkan bahwa *channel* Deddy Corbuzier membantu para *subscriber* untuk melihat sebuah isu dari sudut pandang orang lain. Dan sama seperti yang telah diungkapkan oleh Kevin (21 tahun) tadi, ia jadi tahu tentang beberapa hal yang sebelumnya pernah ia ketahui dari orang lain ternyata tidak semua begitu adanya.

Tabel 4.12 Deskripsi Data Sub Indikator Kepuasan *Bandwagon* (Aktivitas dalam *channel*)

Jawaban Responden	Gratification Obtained (GO)		
	B1	B2	B3
STS	20	12	14
TS	28	12	18
N	99	61	64
S	163	175	189
SS	90	140	115
Total	400	400	400
Mean	3.68	4.04	3.93
Total Mean	3.88		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- B1 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, kontennya membantu saya dalam mengambil keputusan lewat opini orang lain.
- B2 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat mengetahui pendapat dan pemikiran lain akan sebuah isu atau permasalahan yang terjadi.
- B3 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat membandingkan pendapat saya dengan orang lain.

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling tinggi, ketidaksetujuan paling tinggi dan *mean* tertinggi sama dengan tabel 4.11 yang membahas motif dari indikator *bandwagon*, yaitu B2 yang mendapatkan tingkat persetujuan paling tinggi dengan setuju sebanyak 175 responden dan sangat setuju sebanyak 140 responden. Sedangkan B1 yang mendapatkan tingkat ketidaksetujuan paling tinggi, dengan tidak setuju sebanyak 28 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 20 responden. Lalu B2 sebagai *mean* tertinggi dengan *mean* 4.04.

Tabel 4.13 Kesenjangan GS dan GO pada Indikator *Bandwagon* (Aktivitas dalam *channel*)

	B1	B2	B3
Mean GS	3.78	4.24	3.97
Mean GO	3.68	4.04	3.93
Selisih	-0.1	-0.2	-0.04
Rata-rata <i>mean</i> GS	3.99		
Rata-rata <i>mean</i> GO	3.88		
Selisih	-0.11		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Dapat dilihat bahwa pada tabel di atas, seluruh pernyataan tersebut menandakan bahwa *subscriber* tidak puas karena *mean* GS lebih besar dari pada *mean* GO. Hal tersebut mengindikasikan bahwa *subscriber* Deddy Corbuzier tidak mendapatkan kepuasan pada indikator *bandwagon* (aktivitas dalam *channel*), yang dapat dilihat dari selisih rata-rata *mean* GS dan rata-rata *mean* GO sebesar -0.11. Jika dilihat dari selisih *mean* dari masing-masing item pernyataan, selisih terbesar ada pada B2 yang menyatakan “Setelah saya menonton channel Deddy Corbuzier, saya dapat mengetahui pendapat dan pemikiran lain akan sebuah isu atau permasalahan yang terjadi.”. Ternyata meskipun B2 memiliki tingkat persetujuan tertinggi untuk motif dan kepuasannya, namun ternyata *subscriber* yang menjadi responden tetap tidak merasa puas dengan indikator ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden bernama Greony (21 tahun), ia berkata bahwa sebenarnya ia ingin mendapatkan sesuatu yang lebih, karena ia berpikir bahwa *Youtube* tidak memiliki aturan yang seketat TV, dimana selalu ada sensor dimana-mana. Seperti contoh, kalau di TV sering terjadi pembatasan dalam membahas sesuatu karena adanya aturan dari KPI. Namun jika di *Youtube* bisa lebih terbuka dibanding di TV. Namun Greony merasa bahwa di *channel* Deddy Corbuzier ini masih ada yang ditutup-tutupi. Beberapa kali ia dapati beberapa tamu yang diundang di konten Deddy Corbuzier masih pencitraan atau *fake* saat berbicara. Hal yang dibicarakan hanya berputar-putar disitu saja. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ada faktor lain yang menjadi alasan

mengapa timbul ketidakpuasan pada pernyataan yang mendapatkan tingkat persetujuan tertinggi ini.

4.4.3 Deskripsi Data Indikator *Ownness* (Kepemilikan)

Tabel 4.14 Deskripsi Data Sub Indikator Motif *Ownness* (Kepemilikan)

Jawaban Responden	Gratification Sought (GS)		
	O1	O2	O3
STS	30	15	20
TS	45	15	15
N	164	121	74
S	114	159	176
SS	47	90	115
Total	400	400	400
Mean	3.26	3.74	3.88
Total Mean	3.62		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- O1 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya merasa itu seperti milik saya ketika saya menggunakannya. (Saya bisa melakukan apa saja di *platform* tersebut. Seperti memberikan komentar sesuai keinginan saya, membagikan video ini dengan orang lain yang ingin saya tunjukkan videonya)
- O2 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena topik yang dibawakan sesuai dengan selera saya.
- O3 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat saya sesuaikan dengan kebutuhan saya. Misal: saya hanya memilih topik-topik yang menarik buat saya di *channel* Deddy Corbuzier.

Pada tabel 4.14, dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling besar terdapat pada O3, dimana berisi pernyataan “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat saya sesuaikan dengan kebutuhan saya. Misal: saya hanya memilih topik-topik yang menarik buat saya di *channel* Deddy Corbuzier.”. O3 mendapatkan setuju sebanyak 176 responden dan sangat setuju sebanyak 115 responden. Dilansir dari artikel IDN Times, salah satu keunggulan dari *Youtube*

dibandingkan TV adalah jauh lebih banyak pilihan tontonan. Banyak orang lebih suka menonton di *Youtube* karena orang lebih suka memilih tontonan berdasarkan topik yang disukai, seperti berita, hiburan, olahraga, politik, bisnis, dan sebagainya. Apapun yang mau ditonton, hampir bisa dipastikan ada di *Youtube* (idntimes.com, 2019). Didukung juga dengan salah satu ungkapan dari responden bernama Candra (30 tahun), yang berkata bahwa ia lebih suka menonton Deddy Corbuzier di *Youtube* karena ia dapat memilih konten mana yang ingin ditonton olehnya. Contohnya, pada konten video *podcast* Deddy Corbuzier, ia dapat memilih konten mana yang mau ditonton berdasarkan bintang tamu yang ia inginkan, topik mana yang menurut dia menarik. Video terbaru yang ditonton olehnya adalah video *podcast* yang membahas tentang *game* bersama dengan Qory Gore. Faktor mengapa Candra mau menonton karena bintang tamu yang diundang membuat ia tertarik untuk menonton.

Di samping itu, terdapat juga tingkat ketidaksetujuan, dan tingkat ketidaksetujuan tertinggi berada pada pernyataan O1 yaitu “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya merasa itu seperti milik saya ketika saya menggunakannya. (Saya bisa melakukan apa saja di *platform* tersebut. Seperti memberikan komentar sesuai keinginan saya, membagikan video ini dengan orang lain yang ingin saya tunjukkan videonya)”. O1 mendapatkan tidak setuju sebanyak 45 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 30 responden. Menurut salah satu responden bernama Sabrina (17 tahun), ia berkomentar di beberapa video Deddy Corbuzier, namun itu tidak membuat dia merasa bahwa itu milik dia. Dia tetap merasa biasa saja, kalau mau komen yang komen saja, kalau mau membagikan videonya ya bagikan saja, tapi tidak sampai merasa bahwa itu milik saya.

Selain pernyataan yang mendapatkan persetujuan tertinggi, dan ketidaksetujuan tertinggi, dalam penelitian ini juga peneliti menemukan *mean* tertinggi pada indikator ini, yaitu O3 dengan *mean* 3.88, dimana O3 merupakan *item* pernyataan yang berisi “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena dapat saya sesuaikan dengan kebutuhan saya. Misal: saya hanya memilih topik-topik yang menarik buat saya di *channel* Deddy Corbuzier.”. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) Keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda pada setiap

manusia dapat memotivasi dirinya untuk melakukan sesuatu. Hal tersebut sesuai dengan apa yang terjadi pada para *subscriber* dari Deddy Corbuzier, karena mereka memiliki kebutuhan akan informasi dari suatu topik, dan mereka mendapatkan itu di *channel* Deddy Corbuzier.

Tabel 4.15 Deskripsi Data Sub Indikator Kepuasan *Ownness* (Kepemilikan)

Jawaban Responden	Gratification Obtained (GO)		
	O1	O2	O3
STS	22	14	15
TS	37	29	25
N	150	112	74
S	132	161	192
SS	59	84	94
Total	400	400	400
Mean	3.42	3.68	3.81
Total Mean	3.63		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- O1 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya merasa itu seperti milik saya ketika saya menggunakannya. (Saya bisa melakukan apa saja di *platform* tersebut. Seperti memberikan komentar sesuai keinginan saya, membagikan video ini dengan orang lain yang ingin saya tunjukkan videonya)
- O2 : Setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka *channel* Deddy Corbuzier karena konten yang diunggah sesuai dengan selera saya.
- O3 : Setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka dengan *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat memilih topik yang saya inginkan.

Pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling tinggi, ketidaksetujuan paling tinggi dan *mean* tertinggi sama dengan tabel 4.14 yang membahas motif dari indikator *bandwagon*, yaitu O3 yang mendapatkan tingkat persetujuan paling tinggi dengan setuju sebanyak 192 responden dan sangat setuju sebanyak 94 responden. Sedangkan O1 yang mendapatkan tingkat ketidaksetujuan

paling tinggi, dengan tidak setuju sebanyak 37 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 22 responden. Lalu O3 sebagai *mean* tertinggi dengan *mean* 3.81.

Tabel 4.16 Kesenjangan GS dan GO pada Indikator *Ownness* (Kepemilikan)

	O1	O2	O3
Mean GS	3.26	3.74	3.88
Mean GO	3.42	3.68	3.81
Selisih	0.16	-0.06	-0.07
Rata-rata <i>mean</i> GS	3.62		
Rata-rata <i>mean</i> GO	3.63		
Selisih	0.01		

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari tiga pernyataan, hanya satu pernyataan yang di rasa puas oleh *subscriber* Deddy Corbuzier, dua lainnya tidak. Namun jika dilihat dari selisih rata-rata *mean* GS dan *mean* GO, *subscriber* bisa dikatakan puas pada indikator *ownness* ini karena dari tabel di atas rata-rata *mean* GS lebih kecil dari pada rata-rata *mean* GO. Selisih tertinggi terletak pada O1 dimana *subscriber* merasa puas dengan pernyataan tersebut, dan O1 adalah satu-satunya pernyataan yang di rasa puas oleh para *subscriber* yang berisikan pernyataan “Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya merasa itu seperti milik saya ketika saya menggunakannya. (Saya bisa melakukan apa saja di *platform* tersebut. Seperti memberikan komentar sesuai keinginan saya, membagikan video ini dengan orang lain yang ingin saya tunjukkan videonya).”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden bernama Joshua (21 tahun), ia berkata bahwa ia merasa senang karena ia dapat memberikan pemikirannya atau ia dapat berkomentar sesuai dengan apa yang ia inginkan, tanpa takut di *block* oleh orang lain. Terkadang ia juga bisa bertemu dengan orang yang satu pemikiran dengannya dan mereka dapat saling bertukar pikiran. Joshua juga dapat dengan mudah *me-like* video yang ia tonton agar mempermudahnya untuk mencari kembali video tersebut, karena jika video nya sudah di *like*, maka

video tersebut akan masuk ke dalam *library Youtube* di folder yang bernama *liked videos*.

4.4.4 Deskripsi Data Indikator *Dynamic Control* (Kontrol)

Tabel 4.17 Deskripsi Data Indikator Motif *Dynamic Control* (Kontrol)

Jawaban Responden	Gratification Sought (GS)				
	D1	D2	D3	D4	D5
STS	21	20	30	45	23
TS	25	20	36	78	44
N	92	90	138	163	130
S	154	160	136	72	137
SS	108	110	60	42	66
Total	400	400	400	400	400
Mean	3.76	3.8	3.4	2.97	3.45
Total Mean	3.47				

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- D1 : Saya menonton video di *Youtube channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat mengendalikan waktu saat saya menonton. Misalnya saya dapat *pause* video dan mencatat kapanpun saya mau.
- D2 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya memiliki kebebasan dalam menggunakannya. Misal: saya dapat memilih dan mengatur volume dan resolusi yang saya inginkan.
- D3 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat mengatur interaksi lewat tampilan *Youtube channel* tersebut. Misalnya saya dapat mengetahui di mana letak kolom komentar untuk menanggapi video.
- D4 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat mengatur tampilannya. Misalnya saya dapat mengganti *background* dari tampilan *Youtube*.
- D5 : Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat mengendalikan cara kerjanya. Misalnya saya dapat mengatur volume sebelum video diputar.

Pada tabel 4.17, dapat dilihat bahwa tingkat persetujuan paling besar terdapat pada D2, dimana berisi pernyataan “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya memiliki kebebasan dalam menggunakannya. Misal: saya dapat memilih dan mengatur volume dan resolusi yang saya inginkan.”. D2 mendapatkan setuju sebanyak 160 responden dan sangat setuju sebanyak 110 responden. Menurut Sunaryo dalam bukunya yang berjudul “Etika Berbasis Kebebasan Amartya Sen” (2017, p35), terdapat dua konsep kebebasan, salah satunya adalah tidak adanya paksaan dalam memilih dan menentukan sesuatu yang dianggap bernilai. Hal tersebut sesuai dengan hasil dari penelitian ini, dimana para *subscriber* merasa memiliki kebebasan untuk menggunakan *Youtube* tanpa adanya aturan yang memaksa mereka, seperti dapat mengatur resolusi dari video, sementara jika dibandingkan dengan TV, para penonton tidak bisa mengatur resolusi dari tampilan TV tersebut.

Di samping itu, terdapat juga tingkat ketidaksetujuan, dan tingkat ketidaksetujuan tertinggi berada pada pernyataan D4 yaitu “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya dapat mengatur tampilannya. Misalnya saya dapat mengganti *background* dari tampilan *Youtube*.”. D4 mendapatkan tidak setuju sebanyak 78 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 45 responden. Menurut salah satu responden yang bernama Kamang (24 tahun), ia merasa hal tersebut, seperti mengganti *background* atau tema dari tampilan *Youtube* tidak terlalu penting untuk dia, karena ia sudah merasakan fitur *dark mode* tersebut sebelum ia menggunakan *Youtube*, yaitu dari tema *handphone* miliknya.

Selain pernyataan yang mendapatkan persetujuan tertinggi, dan ketidaksetujuan tertinggi, dalam penelitian ini juga peneliti menemukan *mean* tertinggi pada indikator ini, yaitu D2 dengan *mean* 3.8, dimana D2 merupakan *item* pernyataan yang berisi “Saya menonton *channel* Deddy Corbuzier karena saya memiliki kebebasan dalam menggunakannya. Misal: saya dapat memilih dan mengatur volume dan resolusi yang saya inginkan.”. Menurut responden bernama Pingkan (19 tahun), ia mengungkapkan bahwa ia suka menggunakan *Youtube*, apa lagi ia memang suka dengan Deddy Corbuzier, karena di *Youtube* ia dapat mengulang-ngulang *scene* atau video yang ia inginkan. Ia dapat menonton video yang sudah diunggah dari beberapa waktu yang lalu. Ia juga dapat mengatur

resolusi dari video tersebut, apa lagi ketika kuota yang ia miliki sudah menipis. Maka ia dapat menurunkan resolusi videonya untuk menghemat kuota.

Tabel 4.18 Deskripsi Data Indikator Kepuasan *Dynamic Control* (Kontrol)

Jawaban Responden	Gratification Obtained (GO)				
	D1	D2	D3	D4	D5
STS	13	19	20	33	19
TS	30	29	39	60	36
N	114	115	152	162	128
S	162	162	135	98	150
SS	81	75	54	47	67
Total	400	400	400	400	400
Mean	3.67	3.61	3.41	3.16	3.52
Total Mean	3.47				

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

- D1 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka *channel* tersebut karena saya dapat mengendalikan waktu saat saya menonton. Misalnya saya dapat mem-*pause* video dan mencatat kapanpun saya mau.
- D2 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya merasa memiliki kebebasan dalam menggunakannya. Misal: saya dapat memilih dan mengatur volume dan resolusi yang saya inginkan.
- D3 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat mengatur interaksi lewat tampilan *Youtube channel* tersebut. Misalnya saya dapat mengetahui di mana letak kolom komentar untuk menanggapi video.
- D4 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat mengatur tampilannya. Misalnya saya dapat mengganti *background Youtube*.
- D5 : Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat mengendalikan cara kerjanya. Misalnya saya dapat mengatur volume sebelum video diputar.

Pada tabel 4.18 dapat dilihat bahwa tingkat ketidaksetujuan paling tinggi sama dengan tabel 4.17 yang membahas motif dari indikator *bandwagon*, yaitu D4

yang mendapatkan tingkat ketidaksetujuan paling tinggi, dengan tidak setuju sebanyak 60 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 33 responden.

Di samping itu, terdapat juga tingkat persetujuan dan *mean* tertinggi yang berada pada pernyataan D1 yaitu “Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya suka *channel* tersebut karena saya dapat mengendalikan waktu saat saya menonton. Misalnya saya dapat mem-*pause* video dan mencatat kapanpun saya mau.”. D1 mendapatkan setuju sebanyak 162 responden dan sangat setuju sebanyak 81 responden, dengan *mean* 3.67.

Tabel 4.19 Kesenjangan GS dan GO pada Indikator *Dynamic Control* (Kontrol)

	D1	D2	D3	D4	D5
Mean GS	3.76	3.8	3.4	2.97	3.45
Mean GO	3.67	3.61	3.41	3.16	3.52
Selisih	-0.09	-0.19	0.01	0.19	0.07
Rata-rata <i>mean</i> GS	3.47				
Rata-rata <i>mean</i> GO	3.47				
Selisih	0				

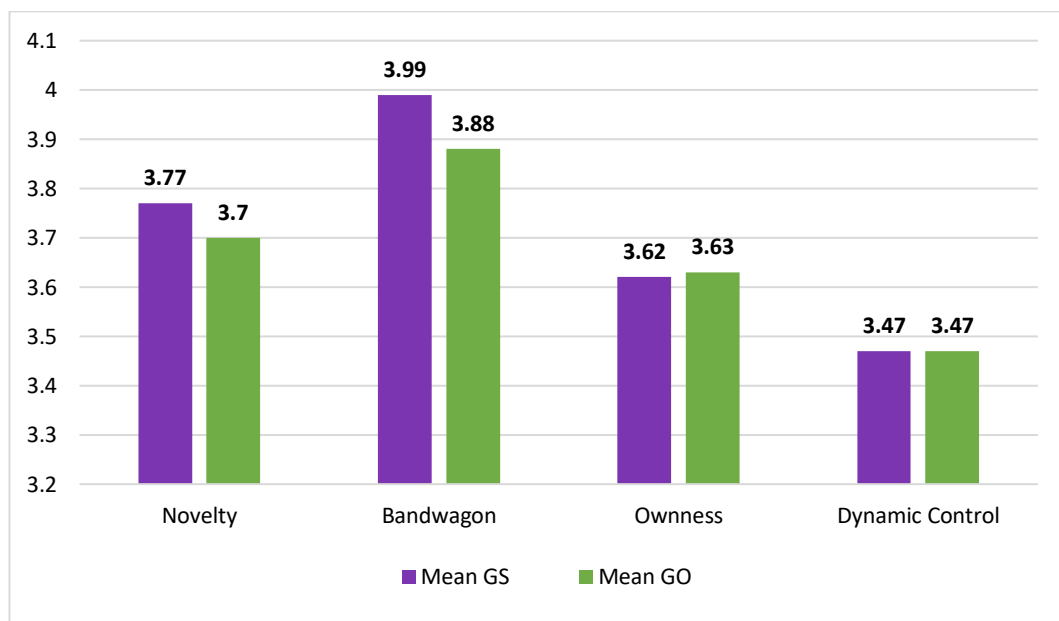
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel 4.19 di atas, dapat dilihat bahwa dari lima pernyataan, ada tiga pernyataan yang di rasa puas oleh *subscriber* Deddy Corbuzier, dua lainnya tidak. Dilihat dari selisih rata-rata *mean* GS dan *mean* GO, *subscriber* bisa dikatakan puas pada indikator *ownness* ini karena dari tabel di atas rata-rata *mean* GS sama dengan rata-rata *mean* GO yaitu 3.47. Selisih tertinggi terletak pada D2 dengan pernyataan “Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya merasa memiliki kebebasan dalam menggunakannya. Misal: saya dapat memilih dan mengatur volume dan resolusi yang saya inginkan.” dan D4 yang berisikan pernyataan “Setelah saya menonton *channel* Deddy Corbuzier, saya dapat mengatur tampilannya. Misalnya saya dapat mengganti *background Youtube*.”. Pada pernyataan D2, *subscriber* merasa tidak puas karena bagaimanapun itu tidak sepenuhnya juga milik mereka, seperti ungkapan dari responden bernama Wendy (21 tahun), ia merasa bahwa ia senang menonton Deddy Corbuzier di *Youtube*,

namun ia tidak merasa bahwa itu milik dia karena ya ia hanya bisa mengendalikan namun bukan berarti itu milik dia.

Dari tabel di atas, pernyataan D4 menunjukkan bahwa para responden puas pada item pernyataan tersebut. Meskipun D4 mendapatkan tingkat ketidaksetujuan tertinggi, namun pada akhirnya mereka merasa itu bukanlah hal yang terlalu signifikan. Seperti ungkapan salah satu responden bernama Kamang (24 tahun), ia berkata bahwa itu adalah fitur tambahan yang sebenarnya sudah dirasakan dahulu di *handphone* sebelum akhirnya sekarang sudah ada di *Youtube*. Namun ternyata, mereka justru merasa puas akan hal itu, karena mereka terbiasa dengan adanya fitur *dark mode* tersebut dan justru jadi nyaman dengan fitur itu. Hal tersebut diungkapkan oleh responden Wendy (21 tahun) ia berkata bahwa karena ia sudah terbiasa dengan fitur *dark mode* yang disediakan, sekarang ia selalu menonton menggunakan fitur tersebut. Ia suka dengan fitur itu karena ia merasa lebih enak di mata jika menonton menggunakan fitur tersebut.

4.5 Perbandingan Total Mean GS dan GO



Bagan 4.5 Total Mean Variabel GS dan GO per Indikator
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Tabel 4.20 Selisih GS dan GO per-Indikator

	Novelty	Bandwagon	Ownness	Dynamic Control
<i>Mean GS</i>	3.77	3.99	3.62	3.47
<i>Mean GO</i>	3.7	3.88	3.63	3.47
Selisih	-0.07	-0.11	0.01	0

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Apabila *mean GS* lebih besar dari *mean GO*, maka responden dapat dikatakan tidak puas, tetapi apabila $GS=GO$ maka responden tersebut memiliki motif dan kepuasan yang seimbang, maka dapat dikatakan puas, dan jika *mean GS* lebih kecil dari *mean GO* maka responden tersebut puas, karena motif yang diharapkan tercapai (Kriyantono, 2006, p.208). Dari bagan 4.24 dapat diketahui bahwa dua dari keempat *mean GO* lebih kecil dari *mean GS*, satu *mean GO* lebih besar dari *mean GS* dan satu *mean GO* sama dengan *mean GS*. Maka, bisa dikatakan bahwa *subscriber* dari *channel* Deddy Corbuzier mendapatkan kepuasan dari dua indikator yaitu *ownness* dan *dynamic control* dan mereka tidak mendapatkan kepuasan dari dua indikator yang lain, yaitu *novelty* dan *bandwagon*.

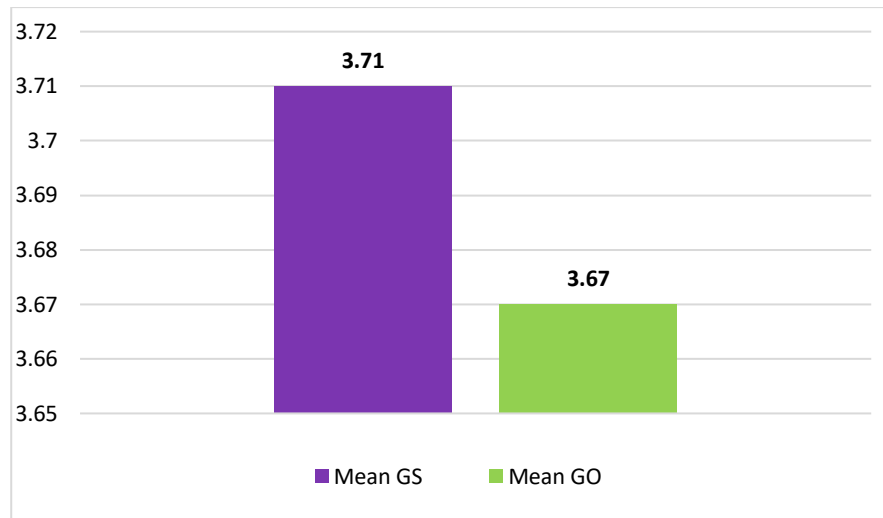
Selisih tertinggi ada pada indikator *bandwagon* dengan selisih sebesar 0.11. Artinya motif yang diharapkan *subscriber* tidak terpuaskan dari segi *bandwagon* atau aktivitas dalam *channel* sehingga *subscriber* yang menonton merasa ada beberapa hal yang kurang dalam hal berinteraksi ataupun penyampaian dalam *channel* Deddy Corbuzier. Menurut salah satu responden bernama Greony (21 tahun), ia berkata bahwa terkadang masih ada beberapa bintang tamu yang dirasa kurang terbuka, akhirnya ia pun tidak menemukan informasi yang ia inginkan secara detail.

Selain indikator *bandwagon*, selisih tertinggi kedua ada pada indikator *novelty* atau keterbaruan dengan selisih 0.07. *Subscriber* pada indikator ini tidak mendapatkan kepuasan karena dengan menonton *channel* Deddy Corbuzier di *Youtube*, para *subscriber* merasa itu adalah hal kesekian untuk dipikirkan. Berdasarkan ungkapan dari responden bernama Joel Bolo (21 tahun) berkata bahwa ia menonton bukan untuk melihat inovasi dari *Youtube*-nya, tapi lebih pada konten, topik dan orang yang ada di dalam video tersebut.

Indikator *ownness* adalah salah satu dari indikator yang dirasa puas dari para responden penelitian ini. Selisih dari *mean* GS dan GO nya adalah 0.01, dimana *mean* GS lebih kecil dari *mean* GO. Para responden mendapatkan kepuasan dari indikator ini karena mereka dapat memilih topik apa saja yang mereka inginkan, yang berada di *channel* Deddy Corbuzier. Seperti ungkapan dari salah satu responden yang bernama Candra (30 tahun), ia berkata bahwa ia lebih suka menonton Deddy Corbuzier di *Youtube* karena ia dapat memilih konten mana yang ingin ia tonton. Contohnya, pada konten video *podcast* Deddy Corbuzier, ia dapat memilih video mana yang mau ditonton berdasarkan bintang tamu yang ia inginkan, topik mana yang menurut dia menarik. Salah satunya adalah video *podcast* yang membahas tentang *game* bersama dengan Qory Gore. Dilansir juga dari artikel IDN Times, banyak orang lebih suka menonton di *Youtube* karena orang lebih suka memilih tontonan berdasarkan topik yang disukai, seperti berita, hiburan, olahraga, politik, bisnis, dan sebagainya (idntimes, 2019).

Indikator terakhir yaitu *dynamic control* juga menjadi salah satu indikator yang dirasa puas oleh para responden penelitian ini. Selisih dari *mean* GS dan GO nya adalah 0, dimana *mean* GS dan GO sama besar. Responden merasa puas dengan indikator ini karena mereka menganggap bahwa mereka dapat mengendalikan video yang ingin mereka tonton. Salah satu responden dari penelitian ini yang bernama Pingkan (19 tahun), ia mengungkapkan bahwa ia suka menggunakan *Youtube*, apa lagi ia memang suka dengan Deddy Corbuzier, karena di *Youtube* ia dapat mengulang-ngulang *scene* atau video yang ia inginkan. Lalu menurut Sunaryo dalam bukunya yang berjudul “Etika Berbasis Kebebasan Amartya Sen” (2017, p35), terdapat dua konsep kebebasan, salah satunya adalah tidak adanya paksaan dalam memilih dan menentukan sesuatu yang dianggap bernilai. Hal tersebut sesuai dengan hasil dari penelitian ini, dimana para *subscriber* merasa memiliki kebebasan untuk menggunakan *Youtube* tanpa adanya aturan yang memaksa mereka, contohnya seperti dapat mengatur resolusi dari video.

4.5.1 Total Mean GS dan GO



Bagan 4.6 Total *Mean* GS dan GO
Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada bagan di atas, menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat ketidakpuasan dalam menonton *channel* Deddy Corbuzier di *Youtube*, hal ini dapat dilihat melalui total *mean* GS (*Gratification Sought*) dan total *mean* GO (*Gratification Obtained*) pada bagan di atas. Dikarenakan total *mean* GS lebih besar dari total *mean* GO dengan total *mean* GS 3.71 dan total *mean* GO 3.67, sehingga mendapatkan selisih sebesar 0.04. Dengan kata lain, kepuasan yang didapatkan lebih kecil dari kepuasan yang dicari. Berdasarkan nilai di atas, dapat dilihat bahwa *subscriber* dapat dikatakan tidak puas setelah menonton *channel* Deddy Corbuzier karena kepuasan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan kepuasan yang dicari.

Pada bagan 4.1, total *mean* GS dan *mean* GO per indikator dengan empat indikator, ketidakpuasan tertinggi yang dirasakan oleh *subscriber* terdapat pada indikator *bandwagon* dengan selisih 0.11, pernyataan yang mendapatkan ketidakpuasan terbesar terletak pada B1 yaitu tentang kontennya membantu dalam mengambil keputusan lewat opini orang lain. Karena penelitian ini di dominasi oleh pelajar/mahasiswa dan berusia 17-25 tahun, usia tersebut merupakan usia dimana seseorang mulai mencari tahu atau *explore* tentang informasi yang diinginkan untuk lebih mengetahui mengapa hal-hal tersebut terjadi (Pratama, 2015). Dengan banyak mencari tahu, harusnya mereka mendapatkan sesuatu dari pencarian tersebut, namun ternyata mereka tidak menemukan informasi yang mereka inginkan secara

detail, masih ada hal yang sedikit di tutup-tutupi dalam *channel* Deddy Corbuzier. Itu menyebabkan para responden tidak puas karena video dari *channel* Deddy Corbuzier tidak memberikan informasi yang benar-benar menjawab pertanyaan mereka mengenai suatu permasalahan.

4.5.2 Uji Korelasi

Tabel 4.21 Uji Korelasi

Correlations			
		GSMEAN	GOMEAN
GSMEAN	Pearson Correlation	1	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
GOMEAN	Pearson Correlation	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

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

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Jika dilihat dari tabel di atas, uji korelasi pada penelitian ini digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yaitu motif atau *gratification sought* (GS) dengan kepuasan atau *gratification obtained* (GO). Motif (GS) menjadi landasan untuk menilai suatu kepuasan (GO) yang didapatkan oleh responden. Dari uji korelasi di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu (.000), hal ini dapat diartikan bahwa ada korelasi antara variabel motif dan variabel kepuasan dan hasil perhitungan korelasi antara GS dan GO adalah .845, yang berarti lebih besar dari 0.6. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara motif dan kepuasan pada *channel* Deddy Corbuzier.

4.5.3 Uji T-Berpasangan

Tabel 4.22 Uji T

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	GSMEAN & GOMEAN	400	.845	.000

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada Uji-T ini menggunakan Uji-T berpasangan untuk mengetahui apakah memiliki rata-rata yang secara nyata berbeda atau tidak. Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi yang ditetapkan Uji-T adalah 0.05 dan dari hasil yang di dapat di penelitian ini adalah 0.000 Dari nilai signifikansi hasil Uji-T berpasangan tersebut dapat dikatakan bahwa ada perbedaan antara GS dan GO berdasarkan perhitungan t hitung $(.000) < 0.05$. Hal tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan antara H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.6 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Untuk mengetahui motif dan kepuasan *subscriber channel* Deddy Corbuzier, peneliti melakukan perhitungan rata-rata (*mean*) jawaban responden pada motif dan kepuasan *novelty* (keterbaruan), *bandwagon* (aktivitas dalam *channel*), *ownness* (kepemilikan) dan *dynamic control* (control). Dalam penelitian ini, kelas akan dibagi menjadi dua yaitu, rendah dan tinggi yang didapatkan melalui perhitungan:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{2} = 2.00$$

Berdasarkan nilai kelas diatas, maka syarat kelas ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4.23 Interval

Interval	Kategori
$1.00 \leq \alpha < 3.00$	Rendah
$3.00 \leq \alpha \leq 5.00$	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Analisis tabulasi silang (*crosstab*) dilakukan dengan menyilangkan frekuensi dari dua variabel, dimana salah satu variabel yang disilangkan mempunyai skala nominal. Dalam penelitian ini, tabulasi silang (*crosstab*) dilakukan terhadap profil responden, antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan dengan motif (*gratification sought*) dan kepuasan (*gratificatoin obtained*) *subscriber* dalam menonton *channel* Deddy Corbuzier di *Youtube*; pada rata-rata (*mean*) motif dan kepuasan dalam indikator *novelty* (keterbaruan), *bandwagon* (aktivitas dalam *channel*), *ownness* (kepemilikan) dan *dynamic control* (kontrol).

4.6.1 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Novelty dengan Jenis Kelamin

Tabel 4.24 *Crosstab* Jenis Kelamin dengan Mean GS & Mean GO Novelty

JenisKelamin * MeanGSnovelty Crosstabulation					
			MeanGSnovelty		Total
			Rendah	Tinggi	
JenisKelamin	Laki-laki	Count	23	231	254
		% within JenisKelamin	9.1%	90.9%	100.0%
	Perempuan	Count	13	133	146
		% within JenisKelamin	8.9%	91.1%	100.0%
Total		Count	36	364	400
		% within JenisKelamin	9.0%	91.0%	100.0%
JenisKelamin * MeanGOnovelty Crosstabulation					
			MeanGOnovelty		Total
			Rendah	Tinggi	
JenisKelamin	Laki-laki	Count	29	225	254
		% within JenisKelamin	11.4%	88.6%	100.0%
	Perempuan	Count	18	128	146
		% within JenisKelamin	12.3%	87.7%	100.0%
Total		Count	47	353	400
		% within JenisKelamin	11.8%	88.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki memiliki motif dalam indikator *novelty* yang tinggi untuk menonton *channel* Deddy Corbuzier, yaitu sebanyak 231 orang (90.9%). Untuk perempuan juga memiliki

motif yang tinggi pada indikator *novelty* sebanyak 128 orang (91.1%). Bukan hanya motif, tetapi juga ada kepuasan, dimana laki-laki memiliki kepuasan *novelty* yang tinggi yaitu sebanyak 231 orang (90.9%), dan perempuan sebanyak 128 orang (91.1%).

Dapat dikatakan bahwa responden laki-laki dan perempuan memiliki hubungan yang tinggi dengan indikator *novelty* ini. Namun, berdasarkan hasil temuan data, didapatkan bahwa dalam indikator ini para *subscriber* tetap tidak mendapatkan kepuasan meskipun ada hubungan yang tinggi antara jenis kelamin dengan indikator ini. Hal tersebut dapat dilihat dari bagan 4.5 pada halaman 66. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak selalu hasil hubungan yang tinggi dari *Crosstab* menunjukkan bahwa para responden itu puas dengan indikator tersebut. Dapat dilihat juga, meskipun hubungan antara indikator *novelty* dengan jenis kelamin itu kuat, namun terjadi penurunan dari GS ke GO, untuk laki-laki yaitu sebanyak 6 orang dan perempuan sebanyak 5 orang.

4.6.2 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Novelty dengan Usia

Tabel 4.25 *Crosstab* Usia dengan Mean GS & Mean GO Novelty

Usia * MeanGSnovelty Crosstabulation					
		MeanGSnovelty		Total	
		Rendah	Tinggi		
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	1	18	19
		% within Usia	5.3%	94.7%	100.0%
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	24	253	277
		% within Usia	8.7%	91.3%	100.0%
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	10	77	87
		% within Usia	11.5%	88.5%	100.0%
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	1	12	13
		% within Usia	7.7%	92.3%	100.0%
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Total	Count	36	364	400
		% within Usia	9.0%	91.0%	100.0%
Usia * MeanGOnovelty Crosstabulation					

		MeanGOnovelty		Total	
		Rendah	Tinggi		
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	1	18	19
		% within Usia	5.3%	94.7%	100.0%
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	28	249	277
		% within Usia	10.1%	89.9%	100.0%
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	15	72	87
		% within Usia	17.2%	82.8%	100.0%
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	3	10	13
		% within Usia	23.1%	76.9%	100.0%
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Total	Count	47	353	400
		% within Usia	11.8%	88.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang berusia 17-25 tahun memiliki motif dalam indikator *novelty* yaitu sebanyak 253 orang (91.3%). Lalu jika dilihat dan dibandingkan dengan hasil *crosstab* usia dengan kepuasan, justru terjadi penurunan, dari yang motif awalnya 253 orang, untuk kepuasan menjadi 249 orang (89.9%), turun sebanyak 4 orang. Itu menyebabkan terjadinya ketidakpuasan pada indikator ini, karena memang jika dilihat dari hasil pada bagan 4.5 halaman 66 pada penelitian ini, para responden memang tidak mendapatkan kepuasan dari indikator *novelty* ini, meskipun dapat dilihat dari tabel di atas, terdapat hubungan yang tinggi antara usia dengan motif dan kepuasan pada indikator *novelty* ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Immanuel (20 tahun), ia berkata bahwa ia merasa tidak puas dengan indikator ini karena ia tidak terlalu memperdulikan keterbaruan dari *Youtube*. Ia menonton *Youtube*, yang menjadi faktor utamanya bukannya keterbaruan atau kecanggihannya, melainkan ia ingin melihat konten-konten yang ada di dalamnya dan orang-orang yang ada di dalam konten tersebut. Ia memang lebih menyukai *Youtube* dibandingkan TV pada masa sekarang, karena bahkan tayangan-tayangan di TV bisa didapatkan di *Youtube*. Namun, hal tersebut bukan menjadi

faktor utama baginya. Mungkin ia merasa karena usianya yang termasuk dalam generasi sekarang, maka keterbaruan teknologi itu harusnya sudah menjadi hal yang biasa untuknya.

4.6.3 Tabulasi Silang (*Crosstab*) *Mean GS & Mean GO Novelty* dengan Pekerjaan

Tabel 4.26 *Crosstab* Pekerjaan dengan *Mean GS & Mean GO Novelty*

Pekerjaan * MeanGSnovelty Crosstabulation						
			MeanGSnovelty		Total	
			Rendah	Tinggi		
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	16	189	205	
		% within Pekerjaan	7.8%	92.2%	100.0%	
	Karyawan Swasta	Count	5	101	106	
		% within Pekerjaan	4.7%	95.3%	100.0%	
	Pegawai Negeri	Count	2	12	14	
		% within Pekerjaan	14.3%	85.7%	100.0%	
	Ibu Rumah Tangga	Count	2	10	12	
		% within Pekerjaan	16.7%	83.3%	100.0%	
	Wirausaha	Count	4	29	33	
		% within Pekerjaan	12.1%	87.9%	100.0%	
	Lain-lain	Count	7	23	30	
		% within Pekerjaan	23.3%	76.7%	100.0%	
	Total		Count	36	364	400
			% within Pekerjaan	9.0%	91.0%	100.0%
Pekerjaan * MeanGOnovelty Crosstabulation						
			MeanGOnovelty		Total	
			Rendah	Tinggi		
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	18	187	205	
		% within Pekerjaan	8.8%	91.2%	100.0%	
	Karyawan Swasta	Count	11	95	106	
		% within Pekerjaan	10.4%	89.6%	100.0%	
	Pegawai Negeri	Count	3	11	14	
		% within Pekerjaan	21.4%	78.6%	100.0%	
	Ibu Rumah Tangga	Count	3	9	12	
		% within Pekerjaan	25.0%	75.0%	100.0%	
	Wirausaha	Count	6	27	33	
		% within Pekerjaan	18.2%	81.8%	100.0%	

	Lain-lain	Count	6	24	30
		% within Pekerjaan	20.0%	80.0%	100.0%
Total		Count	47	353	400
		% within Pekerjaan	11.8%	88.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, kita dapat melihat bahwa pelajar/mahasiswa memiliki motif dari indikator *novelty* tertinggi yaitu sebanyak 189 orang (92.2%), dan kepuasan tertinggi sebanyak 187 orang (91.2%), terjadi penurunan 2 orang. Terlihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pekerjaan dengan indikator *novelty* ini, khususnya untuk pelajar/mahasiswa. Itu pasti terjadi karena berdasarkan hasil *crosstab* antara usia dengan indikator *novelty* ini, hasil tertinggi berada pada usia 17-25 tahun, dimana itu adalah usia bagi para pelajar/mahasiswa.

4.6.4 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Novelty Pendapatan

Tabel 4.27 *Crosstab* Pendapatan dengan Mean GS & Mean GO Novelty

Pendapatan * MeanGSnovelty Crosstabulation					
		MeanGSnovelty			Total
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	22	232	254
		% within Pendapatan	8.7%	91.3%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	10	72	82
		% within Pendapatan	12.2%	87.8%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	0	38	38
		% within Pendapatan	0.0%	100.0%	100.0%
	> 10.000.000	Count	4	22	26
		% within Pendapatan	15.4%	84.6%	100.0%
Total		Count	36	364	400
		% within Pendapatan	9.0%	91.0%	100.0%
Pendapatan * MeanGOnovelty Crosstabulation					
		MeanGOnovelty			Total
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	24	230	254
		% within Pendapatan	9.4%	90.6%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	13	69	82
		% within Pendapatan	15.9%	84.1%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	2	36	38
		% within Pendapatan	5.3%	94.7%	100.0%
	> 10.000.000	Count	8	18	26
		% within Pendapatan	30.8%	69.2%	100.0%
Total		Count	47	353	400
		% within Pendapatan	11.8%	88.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pendapatan dengan indikator *novelty*. Hasil tertinggi ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000, sebanyak 232 orang (91.3%). Dan untuk kepuasan juga ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000 sebanyak 230 orang (90.6%). Ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh APJII yang memperlihatkan komposisi pengguna internet berdasarkan level ekonominya, dan level ekonomi tersebut dilihat dari Strata Ekonomi Sosial (SES) yang dibuat oleh APJII. Terlihat kelas sosial ekonomi bawah (kelas C, pendapatan Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.000), mendominasi pengguna internet di Indonesia, sebanyak 74.62%, lalu disusul dengan ekonomi menengah (kelas B, pendapatan Rp 2.500.000 s/d 3.500.000) sebanyak 16.02% dan menunjukkan bahwa penetrasi pengguna aplikasi berbayar dan berlangganan di Indonesia terbilang rendah (Hamdani, 2018).

4.6.5 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Bandwagon dengan Jenis Kelamin

Tabel 4.28 *Crosstab* Jenis Kelamin dengan Mean GS & Mean GO Bandwagon

JenisKelamin * MeanGSBandwagon Crosstabulation					
			MeanGSBandwagon		Total
			Rendah	Tinggi	
JenisKelamin	Laki-laki	Count	16	238	254
		% within JenisKelamin	6.3%	93.7%	100.0%
	Perempuan	Count	12	134	146
		% within JenisKelamin	8.2%	91.8%	100.0%
Total		Count	28	372	400
		% within JenisKelamin	7.0%	93.0%	100.0%
JenisKelamin * MeanGOBandwagon Crosstabulation					
			MeanGOBandwagon		Total
			Rendah	Tinggi	
JenisKelamin	Laki-laki	Count	22	232	254
		% within JenisKelamin	8.7%	91.3%	100.0%
	Perempuan	Count	15	131	146
		% within JenisKelamin	10.3%	90.7%	100.0%

		% within JenisKelamin	10.3%	89.7%	100.0%
Total		Count	37	363	400
		% within JenisKelamin	9.3%	90.8%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki memiliki motif dalam indikator *bandwagon* yang tinggi untuk menonton *channel* Deddy Corbuzier, yaitu sebanyak 238 orang (93.7%). Untuk perempuan juga memiliki motif yang tinggi pada indikator *bandwagon* sebanyak 134 orang (91.8%). Bukan hanya motif, tetapi juga ada kepuasan, dimana laki-laki memiliki kepuasan *bandwagon* yang tinggi yaitu sebanyak 232 orang (91.3%), dan perempuan sebanyak 131 orang (89.7%). Dapat dikatakan bahwa responden laki-laki dan perempuan memiliki hubungan yang tinggi dengan indikator *bandwagon* ini. Namun, ternyata berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa dalam indikator ini para *subscriber* tidak mendapatkan kepuasan meskipun ada hubungan yang tinggi antara jenis kelamin dengan indikator *bandwagon* ini. Hal tersebut dapat dilihat dari bagan 4.5 pada halaman 66. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak selalu hasil hubungan yang tinggi dari *crosstab* menunjukkan bahwa para responden itu puas dengan indikator tersebut.

4.6.6 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Bandwagon dengan Usia

Tabel 4.29 *Crosstab* Usia dengan Mean GS & Mean GO Bandwagon

Usia * MeanGSBandwagon Crosstabulation					
		MeanGSBandwagon		Total	
		Rendah	Tinggi		
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	0	19	19
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	19	258	277
		% within Usia	6.9%	93.1%	100.0%
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	7	80	87
		% within Usia	8.0%	92.0%	100.0%
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	2	11	13
		% within Usia	15.4%	84.6%	100.0%
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3

		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
Total	Count		28	372	400	
	% within Usia		7.0%	93.0%	100.0%	
Usia * MeanGOBandwagon Crosstabulation						
			MeanGOBandwagon			
			Rendah	Tinggi	Total	
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	0	19	19	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	24	253	277	
		% within Usia	8.7%	91.3%	100.0%	
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	11	76	87	
		% within Usia	12.6%	87.4%	100.0%	
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	2	11	13	
		% within Usia	15.4%	84.6%	100.0%	
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Total	Count		37	363	400
		% within Usia		9.3%	90.8%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat juga dari tabel di atas, terdapat hubungan yang tinggi antara usia dengan motif dan kepuasan pada indikator *bandwagon* ini. Diketahui bahwa responden yang berusia 17-25 tahun memiliki motif dalam indikator *bandwagon* yaitu sebanyak 258 orang (93.1%). Lalu jika dilihat dan dibandingkan dengan hasil *crosstab* usia dengan kepuasan, justru terjadi penurunan, dari yang motif awalnya 258 orang, menjadi 253 orang (91.3%). Itu menyebabkan terjadinya ketidakpuasan pada indikator ini, karena memang jika dilihat dari hasil pada bagan 4.5 halaman 66 pada penelitian ini, para responden memang tidak mendapatkan kepuasan dari indikator *bandwagon* ini.

Jika dilihat menurut Paplia dan Olds (2001) dalam buku “Psikologi Perkembangan” (Jahja, 2011), fase remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari akhir masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Maka dari itu pola

pikir dan tingkah lakunya merupakan pelatihan dari anak-anak menjadi orang dewasa. Pelatihan tersebut dapat dilakukan dengan cara mereka mencari tahu atau mendapatkan sudut pandang baru. Namun, pada indikator ini salah satu responden yang bernama Nayla (27 tahun) merasa bahwa ia tidak mendapatkan sudut pandang baru dari *channel* Deddy Corbuzier ini. Terkadang ia mendapatkan itu dari konten Deddy Corbuzier, namun jika dari orang lain seperti dalam komentar, ia tidak mendapatkan apa-apa. Karena terkadang orang-orang di kolom komentar hanya menuliskan hal-hal yang tidak penting untuk dibaca, seperti “Bagus!” atau caci-makian.

4.6.7 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Bandwagon dengan Pekerjaan

Tabel 4.30 *Crosstab* Pekerjaan dengan Mean GS & Mean GO Bandwagon

Pekerjaan * MeanGSBandwagon Crosstabulation						
		MeanGSBandwagon		Total		
		Rendah	Tinggi			
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	12	193	205	
		% within Pekerjaan	5.9%	94.1%	100.0%	
	Karyawan Swasta	Count	6	100	106	
		% within Pekerjaan	5.7%	94.3%	100.0%	
	Pegawai Negeri	Count	1	13	14	
		% within Pekerjaan	7.1%	92.9%	100.0%	
	Ibu Rumah Tangga	Count	2	10	12	
		% within Pekerjaan	16.7%	83.3%	100.0%	
	Wirausaha	Count	4	29	33	
		% within Pekerjaan	12.1%	87.9%	100.0%	
	Lain-lain	Count	3	27	30	
		% within Pekerjaan	10.0%	90.0%	100.0%	
	Total		Count	28	372	400
			% within Pekerjaan	7.0%	93.0%	100.0%
Pekerjaan * MeanGOBandwagon Crosstabulation						
		MeanGOBandwagon		Total		
		Rendah	Tinggi			
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	15	190	205	
		% within Pekerjaan	7.3%	92.7%	100.0%	
	Karyawan Swasta	Count	8	98	106	
		% within Pekerjaan	7.5%	92.5%	100.0%	
	Pegawai Negeri	Count	1	13	14	
		% within Pekerjaan	7.1%	92.9%	100.0%	
	Ibu Rumah Tangga	Count	3	9	12	
		% within Pekerjaan	25.0%	75.0%	100.0%	
	Wirausaha	Count	6	27	33	

		% within Pekerjaan	18.2%	81.8%	100.0%
	Lain-lain	Count	4	26	30
		% within Pekerjaan	13.3%	86.7%	100.0%
Total		Count	37	363	399
		% within Pekerjaan	9.3%	90.8%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, kita dapat melihat bahwa pelajar/mahasiswa memiliki motif dari indikator *bandwagon* tertinggi yaitu sebanyak 193 orang (94.1%), dan kepuasan tertinggi sebanyak 190 orang (92.7%). Terlihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pekerjaan dengan indikator *bandwagon* ini, khususnya untuk pelajar/mahasiswa. Itu pasti terjadi karena berdasarkan hasil *crosstab* antara usia dengan indikator *bandwagon* ini, hasil tertinggi berada pada usia 17-25 tahun, dimana itu adalah usia bagi para pelajar/mahasiswa.

4.6.8 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Bandwagon dengan Pendapatan

Tabel 4.31 *Crosstab* Pendapatan dengan Mean GS & Mean GO Bandwagon

Pendapatan * MeanGSBandwagon Crosstabulation					
		MeanGSBandwagon		Total	
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	17	237	254
		% within Pendapatan	6.7%	93.3%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	7	75	82
		% within Pendapatan	8.5%	91.5%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	1	37	38
		% within Pendapatan	2.6%	97.4%	100.0%
	> 10.000.000	Count	3	23	26
		% within Pendapatan	11.5%	88.5%	100.0%
Total		Count	28	372	400
		% within Pendapatan	7.0%	93.0%	100.0%
Pendapatan * MeanGOBandwagon Crosstabulation					
		MeanGOBandwagon		Total	
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	21	233	254
		% within Pendapatan	8.3%	91.7%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	8	74	82
		% within Pendapatan	9.8%	90.2%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	1	37	38
		% within Pendapatan	2.6%	97.4%	100.0%
	> 10.000.000	Count	7	19	26
		% within Pendapatan	26.9%	73.1%	100.0%

Total	Count	37	363	400
	% within Pendapatan	9.3%	90.8%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pendapatan dengan indikator *bandwagon* ini. Hasil tertinggi dari motif ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000, sebanyak 237 orang (93.3%). Dan untuk kepuasan juga ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000 sebanyak 233 orang (91.7%). Menurut hasil survei dari APJII pada tahun 2017, dari 100% ada 74.62% strata ekonomi sosial menengah bagian bawah adalah pengguna internet di Indonesia (Hamdani, 2018).

4.6.9 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Ownness Jenis Kelamin

Tabel 4.32 *Crosstab* Jenis Kelamin dengan Mean GS & Mean GO Ownness

JenisKelamin * MeanGSOwnness Crosstabulation					
		MeanGSOwnness		Total	
		Rendah	Tinggi		
JenisKelamin	Laki-laki	Count	28	226	254
		% within JenisKelamin	11.0%	89.0%	100.0%
	Perempuan	Count	17	129	146
		% within JenisKelamin	11.6%	88.4%	100.0%
Total		Count	45	355	400
		% within JenisKelamin	11.3%	88.8%	100.0%
JenisKelamin * MeanGOownness Crosstabulation					
		MeanGOownness		Total	
		Rendah	Tinggi		
JenisKelamin	Laki-laki	Count	32	222	254
		% within JenisKelamin	12.6%	87.4%	100.0%
	Perempuan	Count	19	127	146
		% within JenisKelamin	13.0%	87.0%	100.0%
Total		Count	51	349	400
		% within JenisKelamin	12.8%	87.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki memiliki motif dalam indikator *ownness* yang tinggi untuk menonton *channel* Deddy Corbuzier, yaitu sebanyak 226 orang (89.0%). Untuk perempuan juga memiliki motif yang tinggi pada indikator *ownness* sebanyak 129 orang (88.4%). Bukan hanya motif, tetapi juga ada kepuasan, dimana laki-laki memiliki kepuasan *ownness* yang tinggi yaitu sebanyak 222 orang (87.4%), dan perempuan sebanyak 127 orang (87.0%). Dapat dikatakan bahwa responden laki-laki dan perempuan memiliki hubungan yang tinggi dengan indikator *ownness* ini, dan jika dilihat dari bagan 4.5 halaman 66, para *subscriber* dapat dikatakan puas pada indikator ini.

4.6.10 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO *Ownness* dengan Usia

Tabel 4.33 *Crosstab* Usia dengan Mean GS & Mean GO *Ownness*

Usia * MeanGSOwnness Crosstabulation						
		MeanGSOwnness		Total		
		Rendah	Tinggi			
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	1	18	19	
		% within Usia	5.3%	94.7%	100.0%	
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	32	245	277	
		% within Usia	11.6%	88.4%	100.0%	
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	11	76	87	
		% within Usia	12.6%	87.4%	100.0%	
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	1	12	13	
		% within Usia	7.7%	92.3%	100.0%	
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1	
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%	
	Total		Count	45	355	400
			% within Usia	11.3%	88.8%	100.0%
Usia * MeanGOownness Crosstabulation						
		MeanGOownness		Total		
		Rendah	Tinggi			
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	1	18	19	
		% within Usia	5.3%	94.7%	100.0%	
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	33	244	277	
		% within Usia	11.9%	88.1%	100.0%	
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	11	76	87	
		% within Usia	12.6%	87.4%	100.0%	
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	6	7	13	
		% within Usia	46.2%	53.8%	100.0%	
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3	

		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
Total		Count	51	349	400
		% within Usia	12.8%	87.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat juga dari tabel di atas, terdapat hubungan yang tinggi antara usia dengan motif dan kepuasan pada indikator *ownness* ini. Diketahui bahwa responden yang berusia 17-25 tahun memiliki motif dalam indikator *ownness* yaitu sebanyak 245 orang (88.4%). Lalu untuk kepuasan sebanyak 244 orang (88.1%). Terjadi penurunan sebanyak 1 orang. Namun penurunan tersebut tidak membuat para responden merasa tidak puas dengan indikator ini, karena jika dilihat dari bagan 4.5 halaman 66, indikator ini dirasa puas. Jika dilihat, dengan hasil *crosstab* dari indikator ini dengan profil responden, tidak terjadi penurunan yang besar, berbeda dengan 2 indikator yang lain yaitu *novelty* dan *bandwagon*. Indikator *ownness* hanya terjadi penurunan paling banyak 3 orang. Sementara untuk 2 indikator sebelum ini bisa terjadi penurunan sebanyak 5 sampai 6 orang.

4.6.11 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO *Ownness* dengan Pekerjaan

Tabel 4.34 *Crosstab* Pekerjaan dengan Mean GS & Mean GO *Ownness*

Pekerjaan * MeanGSOwnness Crosstabulation					
			MeanGSOwnness		Total
			Rendah	Tinggi	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	21	184	205
		% within Pekerjaan	10.2%	89.8%	100.0%
	Karyawan Swasta	Count	13	93	106
		% within Pekerjaan	12.3%	87.7%	100.0%
	Pegawai Negeri	Count	2	12	14
		% within Pekerjaan	14.3%	85.7%	100.0%
	Ibu Rumah Tangga	Count	2	10	12
		% within Pekerjaan	16.7%	83.3%	100.0%
	Wirausaha	Count	3	30	33
		% within Pekerjaan	9.1%	90.9%	100.0%
	Lain-lain	Count	4	26	30
		% within Pekerjaan	13.3%	86.7%	100.0%

Total		Count	45	355	399	
		% within Pekerjaan	11.3%	88.8%	100.0%	
Pekerjaan * MeanGOownness Crosstabulation						
		MeanGOownness		Total		
		Rendah	Tinggi			
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	24	181	205	
		% within Pekerjaan	11.7%	88.3%	100.0%	
	Karyawan Swasta	Count	12	94	106	
		% within Pekerjaan	11.3%	88.7%	100.0%	
	Pegawai Negeri	Count	3	11	14	
		% within Pekerjaan	21.4%	78.6%	100.0%	
	Ibu Rumah Tangga	Count	3	9	12	
		% within Pekerjaan	25.0%	75.0%	100.0%	
	Wirausaha	Count	4	29	33	
		% within Pekerjaan	12.1%	87.9%	100.0%	
	Lain-lain	Count	5	25	30	
		% within Pekerjaan	16.7%	83.3%	100.0%	
	Total		Count	51	349	400
			% within Pekerjaan	12.8%	87.3%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, kita dapat melihat bahwa pelajar/mahasiswa memiliki motif dari indikator *ownness* tertinggi yaitu sebanyak 184 orang (89.8%), dan kepuasan tertinggi sebanyak 181 orang (88.3%). Terlihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pekerjaan dengan indikator *ownness* ini, khususnya untuk pelajar/mahasiswa. Itu pasti terjadi karena berdasarkan hasil *crosstab* antara usia dengan indikator *ownness* ini, hasil tertinggi berada pada usia 17-25 tahun, dimana itu adalah usia bagi para pelajar/mahasiswa.

4.6.12 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Ownness dengan Pendapatan

Tabel 4.35 *Crosstab* Pendapatan dengan Mean GS & Mean GO Ownness

Pendapatan * MeanGSOwnness Crosstabulation					
			MeanGSOwnness		Total
			Rendah	Tinggi	
Pendapatan	< 3.000.000	Count	29	225	254

		% within Pendapatan	11.4%	88.6%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	9	73	82
		% within Pendapatan	11.0%	89.0%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	1	37	38
		% within Pendapatan	2.6%	97.4%	100.0%
	> 10.000.000	Count	6	20	26
		% within Pendapatan	23.1%	76.9%	100.0%
Total	Count		45	355	400
	% within Pendapatan		11.3%	88.8%	100.0%
Pendapatan * MeanGSOwnness Crosstabulation					
		MeanGSOwnness			
			Rendah	Tinggi	Total
Pendapatan	< 3.000.000	Count	29	225	254
		% within Pendapatan	11.4%	88.6%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	9	73	82
		% within Pendapatan	11.0%	89.0%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	1	37	38
		% within Pendapatan	2.6%	97.4%	100.0%
	> 10.000.000	Count	6	20	26
		% within Pendapatan	23.1%	76.9%	100.0%
Total	Count		45	355	400
	% within Pendapatan		11.3%	88.8%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pendapatan dengan indikator *ownness* ini. Hasil tertinggi dari motif ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000, sebanyak 225 orang (88.6%). Dan untuk kepuasan juga ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000 sebanyak 225 orang (88.6%). Berdasarkan wawancara dengan salah satu reponden bernama Ahmad (24 tahun), ia berkata bahwa ia merasa puas-puas saja dengan indikator ini, karena ia bisa memilih konten mana yang ia mau tonton, dan ia juga senang karena jaman sekarang banyak provider yang memberikan paket internet khusus untuk *Youtube*. Karena ia adalah pengguna provider XL, disana ia selalu mendapatkan kuota khusus *Youtube* yang membuat dia dapat mengakses *Youtube* tanpa takut kehabisan kuota untuk hal yang lain.

Hal tersebut dapat menjadi alasan mengapa indikator ini dirasa puas oleh para responden, karena khususnya jika dilihat dari pendapatan yang tertinggi adalah dibawah Rp. 3.000.000, mereka mementingkan untuk membeli paket internet yang hemat, dimana dapat terbagi antara kuota untuk sosial media lain, dan kuota untuk *Youtube*. Hal tersebut dapat membantu mereka untuk mengontrol penggunaan kuota mereka.

4.6.13 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Dynamic Control dengan Jenis Kelamin

Tabel 4.36 *Crosstab* Jenis Kelamin dengan Mean GS & Mean GO Dynamic Control

JenisKelamin * MeanGSdc Crosstabulation					
		MeanGSdc			Total
		Rendah	Tinggi		
JenisKelamin	Laki-laki	Count	42	212	254
		% within JenisKelamin	16.5%	83.5%	100.0%
	Perempuan	Count	36	110	146
		% within JenisKelamin	24.7%	75.3%	100.0%
Total		Count	78	322	400
		% within JenisKelamin	19.5%	80.5%	100.0%
JenisKelamin * MeanGOdc Crosstabulation					
		MeanGOdc			Total
		Rendah	Tinggi		
JenisKelamin	Laki-laki	Count	43	211	254
		% within JenisKelamin	16.9%	83.1%	100.0%
	Perempuan	Count	25	121	146
		% within JenisKelamin	17.1%	82.9%	100.0%
Total		Count	68	332	400
		% within JenisKelamin	17.0%	83.0%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki memiliki motif dalam indikator *dynamic control* yang tinggi untuk menonton *channel* Deddy Corbuzier, yaitu sebanyak 212 orang (83.5%). Untuk perempuan juga memiliki motif yang tinggi pada indikator *dynamic control* sebanyak 110 orang

(75.3%). Bukan hanya motif, tetapi juga ada kepuasan, dimana laki-laki memiliki kepuasan *ownness* yang tinggi yaitu sebanyak 211 orang (83.1%), dan perempuan sebanyak 121 orang (82.9%).

Jika dilihat, meskipun terjadi penurunan pada laki-laki, yaitu yang awalnya GS sebanyak 212 orang, turun menjadi 211 orang, hanya beda satu orang saja, namun terjadi peningkatan pada perempuan, yang awalnya GS sebanyak 110 orang, menjadi 121 orang. Hal tersebut menjadi bukti bahwa dapat dikatakan responden laki-laki dan perempuan memiliki hubungan yang tinggi dengan indikator *ownness* ini, dan para *subscriber* dapat dikatakan puas pada indikator ini karena jika dilihat dari bagan 4.5 halaman 66, indikator ini adalah salah satu indikator yang dirasa puas oleh para responden.

4.6.14 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Dynamic Control dengan Usia

Tabel 4.37 *Crosstab* Usia dengan Mean GS & Mean GO Dynamic Control

Usia * MeanGSdc Crosstabulation					
			MeanGSdc		Total
			Rendah	Tinggi	
Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	5	14	19
		% within Usia	26.3%	73.7%	100.0%
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	55	222	277
		% within Usia	19.9%	80.1%	100.0%
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	16	71	87
		% within Usia	18.4%	81.6%	100.0%
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	2	11	13
		% within Usia	15.4%	84.6%	100.0%
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Total	Count	78	322	400
		% within Usia	19.5%	80.5%	100.0%
Usia * MeanGOdc Crosstabulation					
			MeanGOdc		Total
			Rendah	Tinggi	

Usia	Remaja Awal (13-16thn)	Count	3	16	19
		% within Usia	15.8%	84.2%	100.0%
	Remaja Akhir (17-25thn)	Count	47	230	277
		% within Usia	17.0%	83.0%	100.0%
	Dewasa Awal (26-35thn)	Count	16	71	87
		% within Usia	18.4%	81.6%	100.0%
	Dewasa Akhir (36-45thn)	Count	2	11	13
		% within Usia	15.4%	84.6%	100.0%
	Lansia Awal (46-55thn)	Count	0	3	3
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Lansia Akhir (56-65thn)	Count	0	1	1
		% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
	Total	Count	68	332	400
		% within Usia	17.0%	83.0%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat juga dari tabel di atas, terdapat hubungan yang tinggi antara usia dengan motif dan kepuasan pada indikator *dynamic control* ini. Diketahui bahwa responden yang berusia 17-25 tahun memiliki motif dalam indikator *dynamic control* yaitu sebanyak 222 orang (80.1%). Lalu untuk kepuasan sebanyak 230 orang (83.0%). Jika dilihat, terjadi peningkatan yang awalnya GS sebanyak 222 orang, menjadi 230 orang. Terjadi peningkatan sebanyak 8 orang. Dengan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa para responden merasa puas dengan indikator ini.

4.6.15 Tabulasi Silang (*Crosstab*) Mean GS & Mean GO Dynamic Control dengan Pekerjaan

Tabel 4.38 *Crosstab* Pekerjaan dengan Mean GS & Mean GO Dynamic Control

Pekerjaan * MeanGSdc Crosstabulation					
		MeanGSdc			Total
		Rendah	Tinggi		
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	41	164	205
		% within Pekerjaan	20.0%	80.0%	100.0%
	Karyawan Swasta	Count	15	91	106
		% within Pekerjaan	14.2%	85.8%	100.0%
	Pegawai Negeri	Count	2	12	14
		% within Pekerjaan	14.3%	85.7%	100.0%

	Ibu Rumah Tangga	Count	4	8	12
		% within Pekerjaan	33.3%	66.7%	100.0%
	Wirausaha	Count	4	29	33
		% within Pekerjaan	12.1%	87.9%	100.0%
	Lain-lain	Count	12	18	30
		% within Pekerjaan	40.0%	60.0%	100.0%
Total	Count	78	322	400	
	% within Pekerjaan	19.5%	80.5%	100.0%	
Pekerjaan * MeanGOdc Crosstabulation					
		MeanGOdc			Total
		Rendah	Tinggi		
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	38	167	205
		% within Pekerjaan	18.5%	81.5%	100.0%
	Karyawan Swasta	Count	13	93	106
		% within Pekerjaan	12.3%	87.7%	100.0%
	Pegawai Negeri	Count	1	13	14
		% within Pekerjaan	7.1%	92.9%	100.0%
	Ibu Rumah Tangga	Count	4	8	12
		% within Pekerjaan	33.3%	66.7%	100.0%
	Wirausaha	Count	5	28	33
		% within Pekerjaan	15.2%	84.8%	100.0%
	Lain-lain	Count	7	23	30
		% within Pekerjaan	23.3%	76.7%	100.0%
	Total	Count	68	332	400
		% within Pekerjaan	17.0%	83.0%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Pada tabel di atas, kita dapat melihat bahwa pelajar/mahasiswa memiliki motif dari indikator *dynamic control* tertinggi yaitu sebanyak 164 orang (80.0%), dan kepuasan tertinggi sebanyak 167 orang (81.5%). Terlihat bahwa terjadi peningkatan sebanyak 3 orang, dan ada hubungan yang tinggi antara pekerjaan dengan indikator *dynamic control* ini, khususnya untuk pelajar/mahasiswa. Itu pasti terjadi karena berdasarkan hasil *crosstab* antara usia dengan indikator *dynamic control* ini, hasil tertinggi berada pada usia 17-25 tahun, dimana itu adalah usia bagi para pelajar/mahasiswa. Lalu dapat ditarik kesimpulan bahwa para responden merasa puas dengan indikator ini karena terjadi peningkatan dari GS ke GO.

4.6.16 Tabulasi Silang (Crosstab) Mean GS & Mean GO Dynamic Control dengan Pendapatan

Tabel 4.39 *Crosstab* Pendapatan dengan *Mean GS & Mean GO Dynamic Control*

Pendapatan * MeanGSdc Crosstabulation					
		MeanGSdc		Total	
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	57	197	254
		% within Pendapatan	22.4%	77.6%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	13	69	82
		% within Pendapatan	15.9%	84.1%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	3	35	38
		% within Pendapatan	7.9%	92.1%	100.0%
	> 10.000.000	Count	5	21	26
		% within Pendapatan	19.2%	80.8%	100.0%
Total		Count	78	322	400
		% within Pendapatan	19.5%	80.5%	100.0%
Pendapatan * MeanGOdc Crosstabulation					
		MeanGOdc		Total	
		Rendah	Tinggi		
Pendapatan	< 3.000.000	Count	45	209	254
		% within Pendapatan	17.7%	82.3%	100.0%
	3.000.000 - 5.000.000	Count	14	68	82
		% within Pendapatan	17.1%	82.9%	100.0%
	5.000.001 - 10.000.000	Count	2	36	38
		% within Pendapatan	5.3%	94.7%	100.0%
	> 10.000.000	Count	7	19	26
		% within Pendapatan	26.9%	73.1%	100.0%
Total		Count	68	332	400
		% within Pendapatan	17.0%	83.0%	100.0%

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada hubungan yang tinggi antara pendapatan dengan indikator *dynamic control* ini. Hasil tertinggi dari motif ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000, sebanyak 197 orang (77.6%). Dan untuk kepuasan juga ada pada pendapatan dibawah Rp. 3.000.000 sebanyak 209 orang (82.3%). Terjadi peningkatan yang cukup besar, yaitu sebanyak 12 orang.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden merasa puas dengan indikator ini karena terjadi peningkatan yang awalnya GS 197 orang, menjadi GO sebanyak 209 orang.

4.7 Motif dan Kepuasan *Subscriber* Deddy Corbuzier

Teori *uses and gratification* menjelaskan bahwa khalayak menggunakan media dengan memiliki motif tertentu, dengan kata lain motif merupakan variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. *Uses and gratification* berusaha untuk menemukan hubungan antara variabel-variabel yang akan diukur. Kegunaan teori *uses and gratification* untuk mengetahui motif dalam menggunakan media. Teori ini peneliti gunakan untuk meneliti motif dan kepuasan *subscriber* dalam menonton *channel Youtube* Deddy Corbuzier.

Peneliti menggunakan indikator yang digunakan pada jurnal oleh Xincheng Xu yang berjudul “*The New Relevance: Motives behind Youtube Viewing*”. Berdasarkan penelitian, terdapat beberapa indikator motif, yaitu *novelty* (keterbaruan), *bandwagon* (aktivitas dalam *channel*), *ownness* (kepemilikan) dan *dynamic control* (control). Serta terdapat beberapa indikator kepuasan, yaitu *novelty* (keterbaruan), *bandwagon* (aktivitas dalam *channel*), *ownness* (kepemilikan) dan *dynamic control* (control). Peneliti menggunakan keempat indikator ini dikarenakan pada penelitian-penelitian sebelumnya indikator yang digunakan adalah indikator milik Gary dan Paul yaitu hiburan dan relaksasi, hubungan antar pribadi, mencari informasi, dan persahabatan. Sementara ada indikator lain yang juga bisa digunakan untuk penelitian motif dan kepuasan, yaitu indikator yang peneliti gunakan untuk penelitian ini. Indikator ini peneliti gunakan karena adanya hal yang tidak ditemukan pada indikator milik Gary dan Paul, yaitu indikator tentang keterbaruan atau kecanggihan dari platform *Youtube*, lalu aktivitas yang terjadi dalam *channel Youtube* tersebut, rasa kepemilikan dari responden dalam menonton *channel Youtube*, dan bagaimana responden dapat mengontrol *channel* tersebut.

Data statistik menunjukkan bahwa sebagian responden yang menjadi *subscriber channel* Deddy Corbuzier merupakan usia 17-25 tahun, dimana usia tersebut merupakan usia dari pelajar/mahasiswa. Dilansir dari laman CNN

Indonesia, Youtube banyak digunakan oleh pengguna diantara 18-29 tahun dengan presentase 82% (Prihadi, 2015). Hal tersebut sesuai dengan mayoritas dari responden penelitian ini, dimana mereka adalah pelajar/mahasiswa yang berusia 17-25 tahun.

Berdasarkan jenis kelamin, ditemukan bahwa secara umum laki-laki memiliki motif dan kepuasan yang lebih besar dibandingkan perempuan. Dan memang menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social* (2019) menyebutkan bahwa 150 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial dan jika di persentasekan, pengguna berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 55,5%, dimana itu berarti lebih dari setengah pengguna media sosial Youtube adalah laki-laki (katadata.co.id, 2019).

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian ini, ditemukan bahwa indikator tertinggi adalah indikator *bandwagon* dengan motif rata-rata *mean* motif sebesar 3.99 dan *mean* kepuasan sebesar 3.88. Dan jika dilihat dari total rata-rata *mean* dari GS dan GO seluruh indikator, para responden dapat dikatakan tidak mendapatkan kepuasan dari *channel* Deddy Corbuzier, karena hasilnya adalah rata-rata *mean* GS sebesar 3.71, dan rata-rata *mean* GO sebesar 3.67. Karena GS lebih besar dari GO, maka dapat dikatakan bahwa para responden tidak mendapatkan kepuasan.

Dari empat indikator yang ada, dua diantaranya membuat para responden mendapatkan kepuasan, dan selisih *mean* GS dan GO dari kedua indikator tersebut yaitu untuk indikator *ownness* memiliki selisih sebesar 0.01, dan untuk indikator *dynamic control* tidak memiliki selisih karena hasil rata-rata *mean* dari GS dan GO nya sama yaitu sebesar 3.47. Lalu jika dilihat dari total rata-rata *mean* GS dan total rata-rata *mean* GO pada halaman 68, para *subscriber* atau para responden dapat dikatakan tidak puas karena total rata-rata *mean* GS lebih besar dari pada total rata-rata *mean* GO. Hal tersebut terjadi karena jika dilihat pada bagan 4.5 halaman 66, selisih indikator *ownness* dan *dynamic control* hanya sedikit. Berbeda dengan selisih indikator *novelty* dan *bandwagon*.

Dilihat dari *crosstab* yang ada, membuktikan bahwa jika ada hubungan yang tinggi, tidak menjamin para responden merasa puas dengan hal tersebut. Sebagai contoh, seluruh hasil *crosstab* dari profil responden dengan keempat masing-masing indikator memiliki hasil yang tinggi. Namun, itu tidak berarti

bahwa mereka puas. Jika diperhatikan, terdapat penurunan pada jumlah orang dari GS ke GO. Sebagai contoh indikator *novelty* dengan jenis kelamin. Meskipun hubungannya tinggi, terjadi penurunan yang awalnya laki-laki pada GS nya sebanyak 231 orang, menjadi 225 orang pada GO nya. Begitu juga pada jenis kelamin perempuan, yang awalnya pada GS sebanyak 225 orang, turun menjadi 128 orang pada GO.

Responden dari penelitian ini mayoritas adalah Pelajar/Mahasiswa yang berumur 17-25 tahun. Dilansir dari laman Kasasa.com, usia 17-25 tahun dapat dikatakan sebagai kaum millennial, karena millennial adalah generasi yang berusia mulai dari kelahiran tahun 1995 sampai 2015 atau dari usia 5 sampai 25 tahun (Kasasa.com, 2020). Berdasarkan salah satu wawancara dengan responden bernama Greony (21 tahun), ia berkata bahwa indikator *novelty* tidak menjadi hal yang penting baginya, karena ia adalah seorang millennial, dimana ia sudah terbiasa dengan teknologi. Dilansir dari Kompasiana.com, dikatakan bahwa generasi millennial lebih akrab dan terbiasa menggunakan teknologi (Ikhwanuddin, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa memang generasi millennial adalah generasi yang tidak kaget dengan adanya teknologi baru seperti *Youtube*, itu menyebabkan mereka tidak mendapatkan kepuasan dari indikator ini.

Untuk indikator *bandwagon*, berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Nayla (27 tahun), ia berkata bahwa ia tidak mendapatkan sudut pandang lain dari para *subscriber* yang lain. Setelah ia menonton video Deddy Corbuzier, ia tidak menemukan sudut pandang lain dari orang-orang yang ikut menonton karena dalam kolom komentar ia hanya mendapati kata-kata menyemangati atau pujian untuk Deddy Corbuzier, atau caci-makian. Dilansir dari Kompas.com, millennial dikatakan haus akan berbagai hal yang ada di dunia ini. Mereka ingin tahu apa saja yang ada di dunia ini, dan dengan mudahnya mengakses informasi, mereka ingin terus menggali lebih dalam (Jatmiko, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa indikator *bandwagon* ini tidak mendapatkan kepuasan karena para *subscriber* ingin terus menggali informasi namun mereka tidak mendapatkan itu dari sesama orang yang menonton video Deddy Corbuzier. Ada juga responden bernama Greony (21 tahun) berkata bahwa terkadang masih ada beberapa bintang tamu yang dirasa kurang terbuka, akhirnya ia pun tidak menemukan informasi yang

ia inginkan secara detail. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan mengapa responden tidak mendapatkan kepuasan pada indikator ini. Mereka merasa bahwa inti dari informasi yang mereka ingin dapatkan tidak tersampaikan secara menyeluruh, dan itu membuat mereka merasa tidak puas.

Indikator *ownness* adalah salah satu yang mendapatkan kepuasan dari para responden. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden bernama Regita (21 tahun), ia berkata bahwa ia merasa puas dengan indikator ini karena ia dapat memilih konten yang ingin ia tonton sesuai dengan topik yang ia inginkan, dan Deddy Corbuzier juga memberikan konten-konten yang sesuai dengan yang ia inginkan. Mulai dari konten yang serius, sampai yang menghibur juga ada. Dilansir dari artikel IDN Times, salah satu keunggulan dari *Youtube* adalah jauh lebih banyak pilihan tontonan. Banyak orang lebih suka menonton di *Youtube* karena orang lebih suka memilih tontonan berdasarkan topik yang disukai, seperti berita, hiburan, olahraga, politik, bisnis, dan sebagainya. Apapun yang mau ditonton, hampir bisa dipastikan ada di *Youtube* (idntimes.com, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa para responden merasa puas dengan indikator ini karena *channel* Deddy Corbuzier menyuguhkan konten yang sesuai dengan yang mereka inginkan dan mereka memiliki kebebasan untuk memilih.

Indikator terakhir adalah indikator *dynamic control*, dan responden juga mendapatkan kepuasan dari indikator ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden bernama Bella (21 tahun), ia senang karena ia dapat mengontrol konten yang ia tonton dengan mudah. Seperti mempercepat atau memperlambat, atau mem-*pause* video yang ia tonton. Karena jika di TV ia tidak dapat melakukan itu. Semisal ada beberapa bagian dari video yang ingin ia ulang, jika di TV ia tidak dapat melakukan itu, sementara di *Youtube* ia dapat melakukannya. Dilansir dari Liputan6.com, berdasarkan survei dari Tim Android Digital terhadap 2000 responden berusia di atas 18 tahun, lebih dari setengah atau tepatnya 68% diantara mereka mengaku lebih sering menonton video di *Youtube* dibandingkan TV konvensional (Maulana, 2014). Hal tersebut membuktikan mengapa responden merasa puas dengan indikator ini.

Dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena adanya perbedaan jenis konten yang di unggah ke *Youtube* dan

berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gary dan Paul, juga penelitian dari Adinda Mellyaningsih yang berjudul motif *subscriber* menonton *channel Youtube* Raditya Dika. Peneliti menggunakan indikator motif dan kepuasan yang berbeda, dimana Adinda menggunakan indikator dari Gary dan Paul, yang memiliki 4 indikator yaitu hiburan dan relaksasi, hubungan antar pribadi, mencair informasi dan persahabatan. Sementara peneliti menggunakan 4 indikator yang berbeda yaitu *novelty*, *bandwagon*, *ownness* dan *dynamic control*. Kemungkinan perbedaan yang terjadi dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga adalah karena perbedaan indikator yang digunakan. Karena jika di lihat dari hasil penelitian yang sebelumnya, kebanyakan para *subscriber* pasti puas dengan *channel* yang mereka *subscribe* tersebut. Namun kali ini berbeda, karena hasilnya justru menunjukkan bahwa para *subscriber* tidak mendapatkan kepuasan.

Salah satu faktor yang memperkuat data peneliti mengenai kebanyakan *subscriber* pasti puas dengan *channel* yang mereka *subscribe* adalah peneliti melakukan pengamatan terhadap beberapa hasil penelitian lain dengan judul yang sama yaitu pertama motif dan kepuasan *subscriber* terhadap *channel Youtube* “Kok Bisa” oleh William Gunawan (2017), yang kedua motif dan kepuasan *subscriber* terhadap *channel Youtube* Mata Najwa (2019), yang ketiga motif dan kepuasan *subscriber* terhadap *channel Youtube* Calon Sarjana (2019), lalu yang keempat motif dan kepuasan *subscriber* terhadap *channel Youtube* Tasya Farasya (2019). Hasil dari keempat penelitian tersebut menyatakan bahwa para *subscriber* merasa puas karena dilihat dari rata-rata *mean* GS lebih kecil dibandingkan rata-rata *mean* GO.

Sebagai salah satu contoh, yang membuat para *subscriber* tidak merasa puas dengan *channel Youtube* Deddy Corbuzier peneliti dapatkan berdasarkan hasil dari wawancara dengan beberapa responden, dan ada salah satu responden yang menjawab bahwa ia sebenarnya merasa puas-puas saja terhadap konten yang diunggah di *channel* Deddy Corbuzier, namun ada hal yang dia rasa kurang. Ia merasa bahwa seharusnya di *Youtube* segala sesuatunya bisa dibicarakan secara terbuka, tidak seperti di TV. Bukan berarti *Youtube* tidak memiliki aturan, namun ada perbedaan aturan antara *Youtube* dan TV, dimana TV memiliki Komisi

Penyiaran Indonesia (KPI) dengan aturan-aturan yang lebih ketat dibandingkan dengan *Youtube*.

KPI adalah lembaga negara yang mengawasi seluruh stasiun TV agar tidak melakukan pelanggaran. Jika terjadi pelanggaran, maka mereka berhak untuk memberi sanksi. KPI juga menetapkan, menyusun dan mengawasi pelaksanaan dari P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) (UU Republik Indonesia, 2002, pasal 8 ayat 2). P3SPS ini lah yang menjadi pegangan bagi seluruh stasiun TV, dan P3SPS ini lah yang menjadi garis batas sampai dimana sebuah program TV dapat menyiarkan program nya. Berbeda dengan *Youtube*, peraturan yang dibuat tidak seketat P3SPS. *Youtube* memberikan aturan dimana konten yang dibuat tidak boleh mengandung konten seksual atau ketelanjangan, konten yang mendorong seseorang untuk melakukan hal yang berbahaya, mengandung kebencian, kekerasan, *cyberbullying*, menyesatkan, ancaman, harus menghargai hak cipta, privasi, tidak boleh meniru identitas *channel* lain, keselamatan anak di bawah umur, dan beberapa kebijakan tambahan. Selain aturan tersebut, jika memang ada beberapa konten yang dirasa kurang nyaman atau kurang baik untuk ditonton oleh para *viewers*, konten tersebut dapat di laporkan menggunakan fitur pelaporan dan akan ditinjau oleh staf dari *Youtube* (*about: policy and safety*, retrieved May 20, 2020 from <https://www.Youtube.com/about/policies/#community-guidelines>).

Hal ini lah yang akhirnya menjadi faktor lain diluar keempat faktor yang menjadi indikator dari penelitian ini. Ada beberapa hal yang dirasa kurang oleh para *subscriber* karena seharusnya *Youtube* bisa lebih terbuka dibanding TV, karena dari peraturan pun sudah sangat berbeda, TV memiliki P3 yang berisikan 31 bab dengan 54 pasal, dan SPS yang berisikan 32 bab dengan 94 pasal, dengan tiap pasal memiliki butir-butir di dalamnya (Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), 2012).