

**TINGKAT KEPUASAN GENERASI MUDA TERHADAP
PENGUNAAN PODCAST PADA SPOTIFY DI DESA
TANJONG KECAMATAN BUPON
KABUPATEN LUWU**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh

NIMRA FEBRIANI

19 0403 0024

Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**TINGKAT KEPUASAN GENERASI MUDA TERHADAP
PENGUNAAN PODCAST PADA SPOTIFY DI DESA
TANJONG KECAMATAN BUPON
KABUPATEN LUWU**

Proposal Skripsi

*Di Ajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo Untuk
Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh

NIMRA FEBRIANI

19 0403 0024

Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nimra Febriani
Nim : 19 0403 0024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palopo, 4 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Nimra Febriani



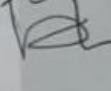
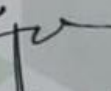

NIM : 19 0403 0024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast pada Spotify di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu yang ditulis oleh Nimra Febriani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904030024, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 28 Agustus 2023 Miladiyah bertepatan dengan 11 Shaffar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 6 September 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M | Penguji II | () |
| 5. Muzayyanah Jabani, S.T, M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.
NIP. 19820124 200901 2 006



Akbar Sabani, S.EI., M.EI.
NIP. 2005048501

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “TINGKAT KEPUASAN GENERASI MUDA TERHADAP PENGGUNAAN PODCAST PADA SPOTIFY DI DESA TANJONG KECAMATAN BUPON KABUPATEN LUWU” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Ayah Darmawansyah dan Ibunda Widiyawati, yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis sadari tidak mampu membalas semua itu, hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga

senantiasa berada dalam limpah kasih sayang Allah swt., serta selalu mendoakan penulis setiap saat memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, M.El. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas.S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.El., M.E. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku Penasihat Akademik.
5. Kepada Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku pembimbing yang mana telah bersedia telaten dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.

6. Kepada Burhan Rifuddin, S.E., M.M selaku Penguji 1 yang telah banyak memberi arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Penguji 2 yang juga telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.A., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
10. Terkhusus orangtua saya ayahanda Darmawansyah dan ibunda Widiyawati yang dengan hati ikhlas mengasuh dan mendidik penulis serta sudah ikut memberikan semangat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam hal keuangan, tenaga dan fikiran supaya selalu semangat dalam menyelesaikan study serta selalu mengingatkan untuk terus berdzikir, mengingat sang pencipta dan selalu baca basmalah sebelum memulai suatu hal.
11. Kepada saudara-saudara susuan saya, anak kedua yaitu saudari Nirmala febrianti, anak ketiga saudari Nirva angreini, dan anak bungsu saudara Nizam affandi yang telah menjadi penyemangat hingga sampai saat ini.
12. Kepada keluarga lainnya yang selalu saya repotkan. Terima kasih atas bantuan kalian baik itu dalam bantuan keuangan dan selalu memberikan motivasi supaya jangan takut untuk melangkah.

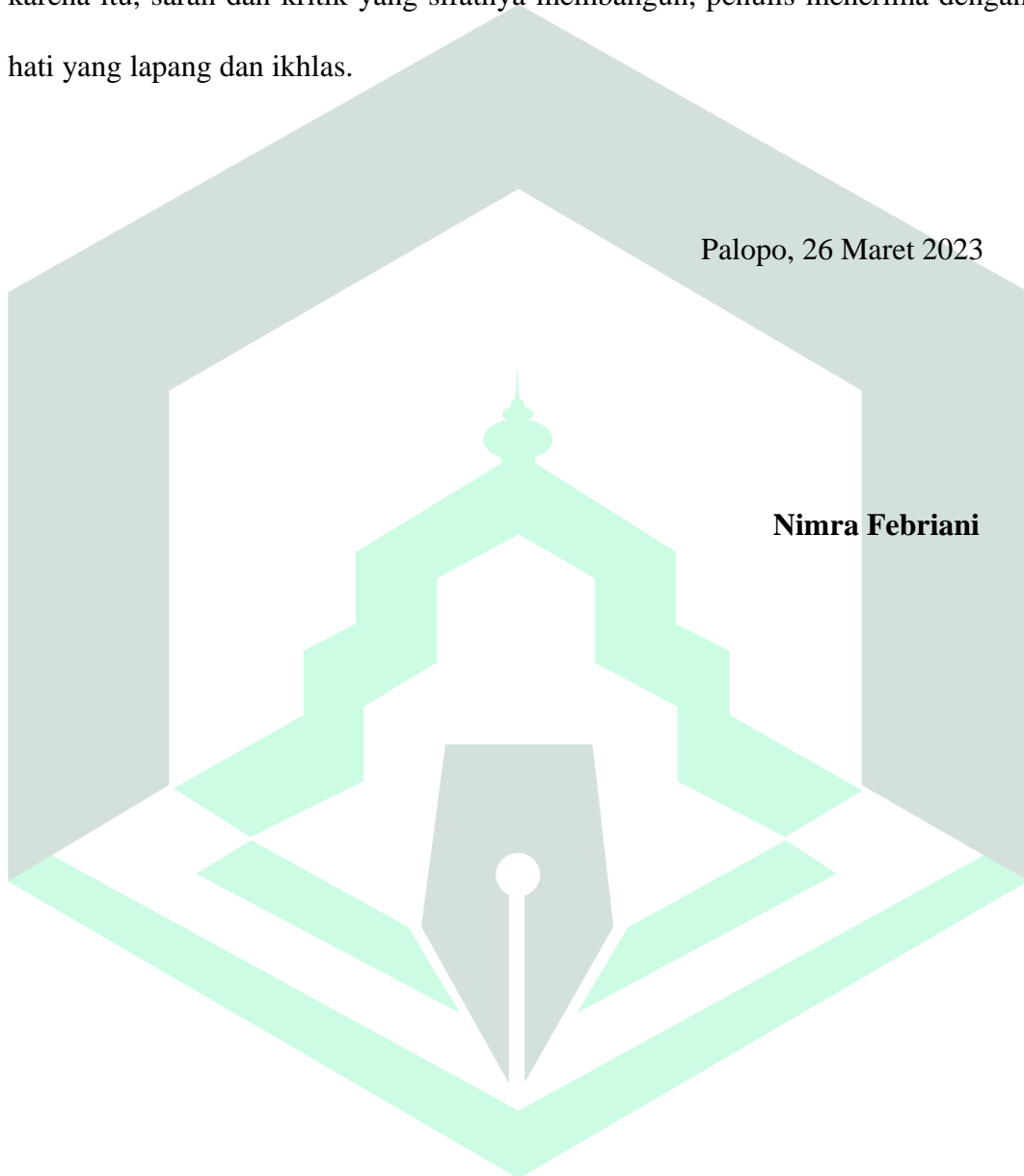
13. Kepada senior Saynal, yang telah memberi semangat dan dukungan selama perkuliahan serta bantuan baik itu bantuan keuangan, tenaga dan fikiran dalam proses perkuliahan hingga akhir ini.
14. Kepada bapak Rahman dan staf kantor desa Tanjong, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian. Saya mengucapkan banyak terima kasih.
15. Kepada teman seperjuangan Mahasiswa Manajemen Bisnin Syariah angkatan 2019 (terkhusus MBS A), yang tidak bisa saya ucapkan satu per satu namanya. Saya ucapkan terima kasih banyak karna telah memberikan dukungan dalam segala bentuk dan kondisinya.
16. Kepada teman-teman magang Plasa Telkom Palopo, teman-teman KKN posko kelurahan Pammanu Kecamatan Belopa Utara, serta teman-teman yang telah menemani masa kuliah dan memberi warna dalam perkuliahan saya. Saya ucapkan banyak terima kasih.
17. Kepada Bapak/Ibu dan Saudara(i) yang sudah meluangkan waktu dan mau untuk menjadi narasumber saya, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Aamin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, 26 Maret 2023

Nimra Febriani



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\`a	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	z\`al	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi

tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>Fathahdanya'</i>	ai	a dani
اَوَّ	<i>Fathahdanwau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ...	<i>Fathahdanalifatauya'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrahjanya'</i>	ī	I dan garis di atas
أُ	<i>Dammahdanwau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mat*a

رَمَى : *ram*a

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yam*ut

4. *Ta' marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana* -

نَجَّيْنَا : *najjaina* -

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمْ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'arifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

وَمِرْتٌ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau

kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh: *FiZilal al-Qur'an* dan *Al-Sunnah qabl al-tadwin*

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam

transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa maa Muhammadunillaa rasuul

Innaawwalabaitinwudi 'alinnaasi lallazii bi Bakkatamubaarakan

SyahruRamadhaan al-laziiunzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abual-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abual-Walid MuhammadIbnu)

Nasr Hamid AbuZaid, ditulismenjadi: AbuZaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

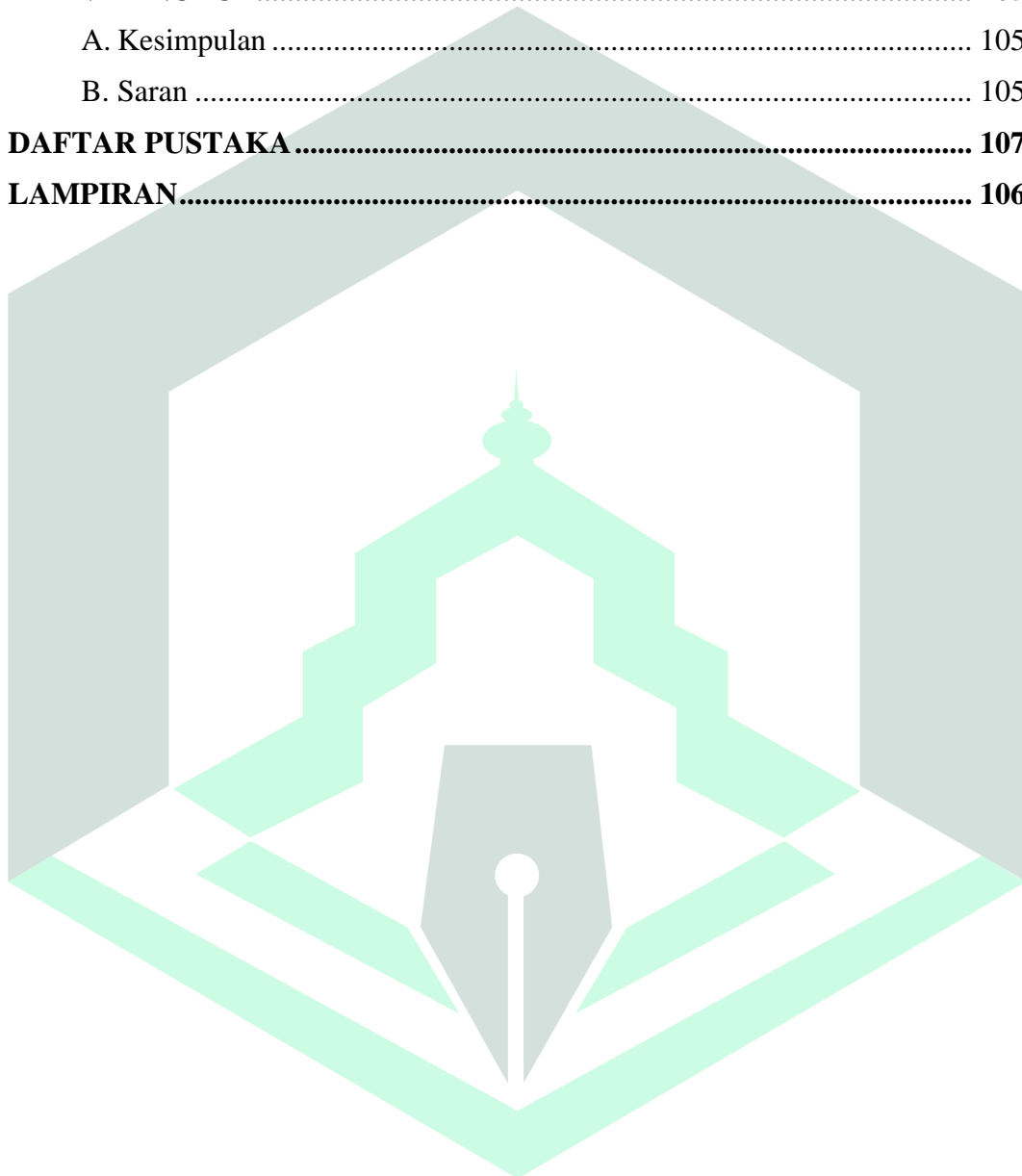
Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>shubhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>shallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
Wr.	= <i>Warahmatullaahi</i>
Wb.	= <i>Wabarakaatuh</i>
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UT	iv
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRACK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir	26
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Instrumen Penelitian	35
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42

H. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan.....	94
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	106



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi operasional variabel.....	28
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen penelitian untuk <i>Gratification Sought</i>	35
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen penelitian untuk <i>Gratification Obtained</i>	38
Tabel 4.1 Jumlah penduduk desa	45
Tabel 4.2 Umur responden masyarakat desa.....	51
Tabel 4.3 Jenis kelamin Responden Masyarakat Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu	52
Tabel 4.4 Motif informasi	53
Tabel 4.5 Motif identitas pribadi.....	55
Tabel 4.6 Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	57
Tabel 4.7 Motif hiburan	59
Tabel 4.8 Kepuasan informasi.....	61
Tabel 4.9 Kepuasan identitas pribadi	63
Tabel 4.10 Kepuasan integrasi dan interaksi social	65
Tabel 4.11 Kepuasan hiburan.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Gratification Sought</i>	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Gratification Obtained</i>	71
Tabel 4.14 uji realibilitas <i>gratification sought</i>	72
Tabel 4.15 Uji realibilitas <i>gratification obtained</i>	72
Tabel 4.16 Descriptive Statistics.....	73
Tabel 4.17 Motif informasi	74

Tabel 4.18 Descriptive Statistics.....	75
Tabel 4.19 Motif identitas pribadi.....	76
Tabel 4.20 Descriptive Statistics.....	77
Tabel 4.21 Motif Integrasi dan Interaksi Sosial.....	77
Tabel 4.22 Descriptive Statistics.....	79
Tabel 4.23 Motif hiburan.....	79
Tabel 4.24 Descriptive Statistics.....	81
Tabel 4.25 Kepuasan informasi.....	81
Tabel 4.26 Descriptive Statistics.....	83
Tabel 4.27 Kepuasan identitas pribadi.....	83
Tabel 4.28 Descriptive Statistics.....	84
Tabel 4.29 Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial.....	85
Tabel 4.30 Descriptive Statistics.....	86
Tabel 4.31 Kepuasan hiburan.....	86
Tabel 4.32 Descriptive Statistics.....	88
Tabel 4.33 Motif.....	88
Tabel 4.34 Descriptive Statistics.....	89
Tabel 4.35 Kepuasan.....	89
Tabel 4.36 Kesenjangan GAP.....	91
Tabel 4.37 Paired Samples Statistics.....	92
Tabel 4.38 Paired Samples test.....	92

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 1.1 Data platform *podcast* di Indonesia.....5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 daftar pertanyaan	106
Lampiran 2 jawaban responden	116
Lampiran 3 SK penguji dan pembimbing	124
Lampiran 4 Buku kontrol	125
Lampiran 5 Kartu kontrol	127
Lampiran 6 Persetujuan pembimbing	128
Lampiran 7 Nota dinas pembimbing.....	129
Lampiran 8 Halaman persetujuan tim penguji.....	130
Lampiran 9 Surat keterangan bebas mata kuliah	131
Lampiran 10 Surat keterangan MBTA.....	132
Lampiran 11 Transkrip nilai.....	133
Lampiran 12 Luna UKT.....	134
Lampiran 13 Sertifikat MAHAD AL-JAMI'AH	135
Lampiran 14 Sertifikat PBAK.....	136
Lampiran 15 Tes TOEFL.....	137
Lampiran 16 surat izin DMPTSP Luwu	138
Lampiran 17 surat izin dari desa	139
Lampiran 18 struktur organisasi desa tanjong	140

ABSTRAK

Nimra Febriani, 2023. “Tingkat kepuasan generasi muda terhadap penggunaan *podcast* pada *spotify* di desa tanjong kecamatan bupon kabupaten luwu”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Penelitian ini membahas mengenai tingkat kepuasan generasi muda terhadap *podcast* pada aplikasi *spotify*. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan generasi muda Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu dalam menggunakan *podcast* pada *spotify*

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan sampel berjumlah 105 responden yang nota benenya pengguna aplikasi *spotify* yang dimana, rumus pengambilan sampel menurut Wibisono dalam Ridwan dan Akdon, sedangkan penentuan jumlah responden melalui teknik menentukan sampel yaitu *Non-probability sampling*. Teknik analisis data yang dipergunakan guna menguji hipotesis yaitu perbandingan mean dan uji t. Alat analisis yang dipergunakan guna membantu penelitian ini adalah SPSS versi 24.

Hasil penelitian menyatakan bahwa $t_{hitung} (-1,219) > t_{tabel} (2,920)$ maka H_0 ditolak, yang berarti ada perbedaan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Angka hasil uji t yang minus, menunjukkan bahwa perbedaan antara GS dan GO tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* generasi muda dalam menyaksikan *podcast* pada *spotify* yang dimana memiliki nilai rendah atau selisih angka yang kecil.

Kata Kunci : tingkat kepuasan, pengguna aplikasi *spotify*

ABSTRACT

Nimra Febriani, 2023. "The level of satisfaction of the younger generation with the use of podcasts on Spotify in Tanjong village, Bupon sub-district, Luwu district." Sharia Business Management Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

This research discusses the level of satisfaction of the younger generation towards podcasts on the Spotify application. The aim is to find out how much satisfaction the young generation of Tanjong Village, Bupon District, Luwu Regency has in using podcasts on Spotify.

*This type of research is quantitative research with a sample of 105 respondents who are actually users of the Spotify application, where the sampling formula is according to Wibisono in Ridwan and Akdon, while determining the number of respondents is through a sample determining technique, namely Non-probability sampling. The data analysis technique used to test the hypothesis is mean comparison and *t* test. The analytical tool used to assist this research is SPSS version 24.*

*The research results stated that $t_{hitung} (-1,219) > t_{tabel} (2,920)$ so H_0 rejected, which means there is a difference between Gratification Sought and Gratification Obtained. The negative *t* test results indicate that the difference between GS and GO is not significant. It can be concluded that there is a difference between Gratification Sought and Gratification Obtained by the younger generation in watching podcasts on Spotify which have low scores or small differences in numbers.*

Keywords: satisfaction level, Spotify application users

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang cukup pesat dan maju, melahirkan berbagai macam media. Media berfungsi sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Beragam jenis media yang tercipta dimana mempermudah ketika berkomunikasi dan menerima informasi baik dalam jarak dekat maupun dalam jarak jauh. Namun, dengan perkembangan teknologi saat ini, kehadiran internet memberikan kontribusi yang besar terhadap perkembangan teknologi. Dengan mengakses informasi melalui internet, masyarakat dapat mengikuti perkembangan teknologi sekaligus dapat memperoleh pengetahuan baru dengan serba mudah dan cepat.

Revolusi industri 4.0 merupakan *disruption era* yaitu era disrupsi dimana cara kerja berpindah atau berubah dari cara kerja yang konvensional menjadi moderen, dengan pendekatan digital. Semua lapisan harus dapat bersahabat dengan yang namanya teknologi supaya dapat mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju. Indonesia sebagai negara yang berkembang telah memasuki era ekonomi digital dan industri 4.0 yang ditandai dengan meningkatnya data jumlah pengguna internet. Dari total populasi 262 juta jiwa, tercatat memiliki 140 juta warganya menggunakan internet dalam aktivitas sehari-hari dan setidaknya 28 juta masyarakat Indonesia sangat aktif melakukan transaksi online.¹

¹ Erlina Mari Christin Sinaga, Merry Cristian Putri, "formulasi legislasi perlindungan data pribadi dalam revolusi industri 4.0", *jurnal media pembinaan hukum Nasional*, Vol.2, No.9, 238.

Dengan munculnya berbagai jenis media, dapat dilihat antusias masyarakat terhadap penggunaan internet sebagai media komunikasi maupun informasi terus meningkat. Internet telah tumbuh dan menjadi alat komunikasi maupun informasi yang tidak dapat diabaikan. Adanya internet tentu menimbulkan dampak pada berbagai bidang, antara lain ialah pada bidang penyiaran. Hadirnya beragam media baru menjadi media alternatif yang bisa diakses dengan mudah bagi penggunanya, baik dalam media penyiaran berbasis audio, maupun dengan media penyiaran berbasis audio visual.

Program audio visual yang populer saat ini adalah program *talk*. Bentuk media baru pada media penyiaran berbasis audio yang saat ini tengah banyak diminati khalayak adalah layanan streaming audio yang disebut dengan *podcast*.

Podcast merupakan gabungan dari kata *Ipod* dan *Broadcasting* yang di singkat menjadi *podcast* yang pada awalnya hanya terdapat pada perangkat *Apple iPod* yang merupakan platform pertama mendistribusikan *podcast*.² Ada pula yang menyebut *podcast* sebagai singkatan dari kata *Pod* atau kepanjangannya adalah *Playble on deman* (dimainkan atas permintaan) dan *Broadcast* yang di artikan sebagai *Personal on Demand Broadcast* (penyiaran atas permintaan pribadi). Dengan adanya *podcast*, menunjukkan cara baru dalam menikmati konten audio, dengan fitur iklan yang sedikit, bisa didengarkan secara *offline* maupun *online*, serta dapat diakses melalui kuota internet ataupun dengan menggunakan *Wi-fi*.

² Mohammad Alief Ar Ridha, "model manajemen media podcast radio dalam spotify", *jurnal audiens* (2021), Vol.2, No.1, 107.

Sebagian pengguna *podcast* cukup menikmati layanan audio dari bentuk media baru ini karena konten audio yang diberikan beragam dengan topik yang cukup variatif yang bisa dipilih sesuai genre selera penggunanya, seperti topik yang dibahas adalah berita, *talkshow*, olahraga, musik, seni, komedi, misteri, hingga pengalaman dan topik sehari-hari dari pembicara konten *podcast* tersebut. Hal itu yang membuat media baru *podcast* ini menjadi pilihan sebagai pemenuhan kebutuhan layanan audio alternatif yang didengarkan khalayak banyak karena bersifat fleksibel dengan format *on-demand*³

Siaran suara *podcast* ini, dapat dibuat oleh orang biasa hingga orang yang sudah berpengalaman dalam dunia penyiaran. Konten *podcast* tersebut diisi oleh narasumber yang inspiratif, maupun narasumber yang berasal dari dunia entertainmen (artis, musisi, dan lainnya). Berbagai hal yang dapat diangkat jadi topik pembicaraan dalam pembuatan konten *podcast* tersebut sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para audiens untuk mendengarkan siaran *podcast* ini, bahkan siaran untuk durasi *podcast* sendiri bisa berkisar antara beberapa menit hingga beberapa jam, tergantung dari genre yang di bahas.

Kalangan generasi muda tercatat paling akrab mendengar *podcast*, rata-rata durasi yang mereka gunakan untuk mendengarkan *podcast* sekitar 5-30 menit. Dalam penelitian ini, subjek yang dipilih adalah generasi muda dengan rentang usia 18 hingga 35 tahun. Rentang usia tersebut dipilih dikarenakan merupakan generasi muda yang memiliki ciri utama yaitu pengguna dan kedekatan dengan

³ Iskandar Dinata Ramadhany, "Peran Podcast Sebagai Media Penyiaran Modern Berbasis Audio (Studi Kualitatif Pengguna Memilih Podcast Sebagai Media Alternatif Hiburan)", 2020, <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3557/1/ARTIKEL%20RAMA/>, 18 November 2020.

media dan teknologi. Dengan persentase 22,1% responden yang mendengarkan *podcast* pada usia 18-26 tahun. Sedangkan persentase 22,2% responden yang mendengar *podcast* lainnya berusia 27-35 tahun.

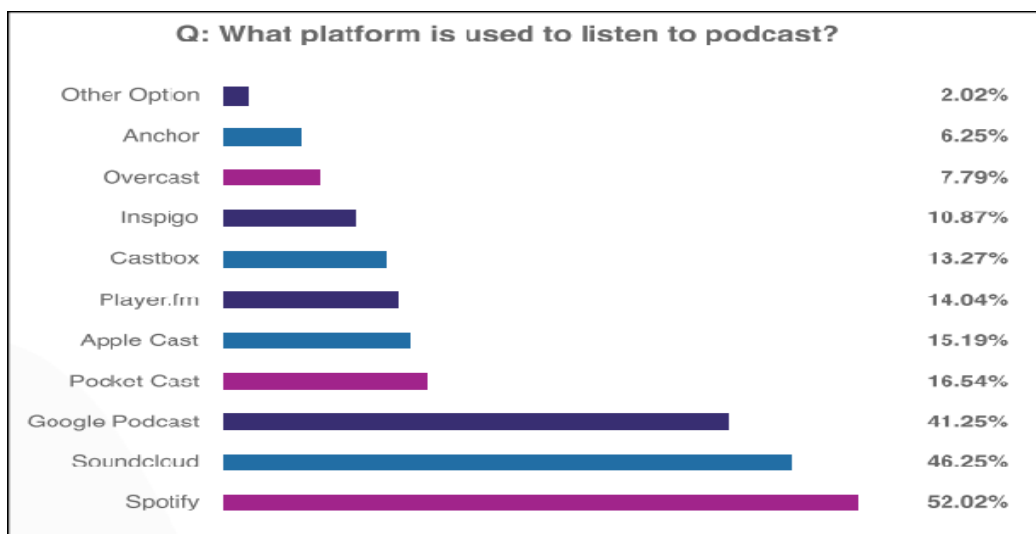
Hal yang membuat *podcast* menarik adalah dengan banyaknya tersedia berbagai platform untuk mendengarkan *podcast*. Dalam survei *Daily Social* 2018 diungkapkan bahwa alasan utama pendengar memilih *podcast* adalah karena pilihan konten yang variatif dan memberikan kebebasan saat menikmati konten, serta dapat didengarkan sesuai dengan pilihan selera pendengar karena sifatnya yang *on-demand*.

Kehadiran *podcast* sebagai bentuk audio baru memunculkan beragam jenis platform sebagai sarana publikasinya. Beberapa diantaranya, *Apple podcast*, *Anchor*, *Souncloud*, *Inspigo*, *Castbox*, *Google podcast*, hingga *spotify*. Ruang publikasi *podcast* sangat luas tidak hanya pada satu platform saja, dan memberikan kemudahan bagi kreator *podcast* untuk mendistribusikan kontennya.⁴

Dengan munculnya berbagai macam platform, dibawah merupakan bukti bahwa *podcast* banyak diminati oleh khalayak. Menurut survei *Daily Social*, platform yang menjadi layanan favorit untuk mendengarkan *podcast* adalah *spotify*, dengan persentase sebesar 52%, disusul dengan *Soundcloud* 46% dan *Google podcast* 41%.⁵

⁴ Cut Medika Zellatifanny, "tren disemensi konten *Audio on Demand* melalui *podcast*: sebuah peluang dan tantangan di Indonesia" *jurnal pekonnas* (2020), Vol.5, No.2, 118.

⁵ Gina Sundari, Veny Purba, "strategi komunikasi *podcaster* awal minggu dalam membuat konten *podcast* di *spotify*", *jurnal media dan komunikasi* (2020), Vol.3, No.2, 149-150.



Gambar 1.1

Data Platform podcast di Indonesia

Spotify menyediakan layanan streaming *podcast* dengan berbagai jenis kategori konten yang dapat dipilih untuk didengarkan sesuai dengan keinginan penggunanya. *spotify* memperluas layanannya ke ranah *podcast* dengan merilis fitur “visual *podcast*” tentang berita, politik, dan hiburan. Fitur ini tersedia dalam bentuk playlist yang menampilkan gabungan multimedia sebagai format baru seperti teks, video, dan foto yang disebut dengan “*Spotlight*”. *spotify* juga memberikan kemudahan kepada para *podcaster* untuk mempublikasikan *podcast* nya di aplikasi *spotify*, *podcaster* yang *podcast*nya tersedia di *spotify* bisa memiliki akses kinerja per-episode, grafik harian demografis pendengar, lokasi, *engagement* pengguna, dan fitur hebat lainnya untuk membantu dan mempelajari lebih banyak dan memperluas pendengar.

Dilihat pada rentang kelahiran tahun pada masa sekarang, kelompok usia yang berada pada masa ini adalah kelompok generasi Z, generasi ini lahir pada rentang tahun 1995-2010. Generasi ini lahir Ketika internet sedang maraknya

dalam berkembang. Yang membedakan generasi ini dengan generasi sebelumnya adalah pada generasi ini umumnya mampu untuk melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu, seperti menggunakan media sosial sambil mendengarkan *podcast*.

Generasi z merupakan generasi paling muda dan dijuluki sebagai generasi internet atau Generation. Sejak kecil, generasi ini telah tersentuh dengan teknologi yang canggih sehingga akrab dengan dunia internet. Informasi dan teknologi merupakan suatu hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, sehingga hal ini pun berpengaruh terhadap kepribadian dan pola pikir mereka. Oleh karena itu, dilihat dari rentang usianya saat ini, Sebagian besar generasi ini sudah memasuki usia dewasa.⁶

Melihat banyaknya pendengar *podcast spotify* oleh generasi muda, maka peneliti menjadikan generasi muda subjek dalam penelitian ini. Peneliti memilih generasi muda yang berada di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu, karena belum ada yang melakukan penelitian terkait dengan penggunaan *podcast spotify*, sehingga suatu kebaruan dalam meneliti tentang *podcast spotify* di kalangan generasi muda di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu. Hal tersebut yang menarik minat peneliti yaitu untuk meneliti tentang kepuasan generasi muda di Desa Tanjong, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu yang menggunakan *podcast spotify*, karena pada dasarnya khalayak secara aktif memilih menggunakan media mana untuk memenuhi kebutuhannya. Karena, setiap kebutuhan individu tidaklah sama, termasuk dalam aktivitas ketika

⁶ Dewi Mayangsari, Dinda Rizki Tiara, “ *podcast* sebagai media pembelajaran di era milineal”, jurnal Golden Age Universitas Hamzanwadi (2019), Vol.3, No.2, 126-127.

menggunakan media dan tujuan akhir yang di dapatkanpun tidaklah sama. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Generasi Muda Dalam Menggunakan *podcast* Pada *spotify* Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian adalah seberapa besar Tingkat Kepuasan Generasi Muda Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu dalam menggunakan *podcast* pada *spotify*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan generasi muda Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu dalam menggunakan *podcast* pada *spotify*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

Manfaat dari penelitian ini bagi peneliti selain untuk mendapatkan gelar atas program studi yang diambil, juga bermanfaat untuk dapat di jadikan sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah di peroleh selama kuliah dengan praktek atau kenyataan yang terjadi di media sosial (*podcast spotify*) yang di teliti.

2. Manfaat Teoritis

Bagi pihak Program Studi Manajemen Bisnis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai sumbangsih kajian ilmiah bagi penulis dan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah khususnya bidang Informasi. Bagi pihak

lain, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai pengembangan ilmu untuk dijadikan acuan penelitian lanjutan di studi Manajemen Bisnis Syariah khususnya bidang Infomasi.

3. Manfaat bagi pihak-pihak lain

Manfaat bagi pihak-pihak lain terutama masyarakat yang ada di desa Tanjong dengan adanya hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan pembaca. Serta sebagai sumber inspirasi pembaca untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang kajian penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori, kerangka pikir dan hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, definis operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji validitas dan realibilitas intrumen dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang simpulan dan saran.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa peneliti terdahulu sebagai perbandingan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rismawaty, Arie Frasetio, dan Sangra Juliano Prakasa yang mengkaji tentang Kepuasan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa UNIKOM. Penelitian ini meneliti tentang kepuasan mahasiswa dalam menggunakan sosial media, yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara *gratification sought* (kepuasan yang dicari) dan *gratification obtained* (kepuasan yang diperoleh) di kalangan mahasiswa UNIKOM. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode survei, dengan teknik analisis komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan media social, hasilnya mahasiswa puas dengan media sosial sebagai media pemenuhan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi social, dan hiburan. Menurut kriteria berdasarkan teori harapan nilai, dimana kepuasan diperoleh dengan kepuasan yang sama yang menunjukkan bahwa media dianggap telah memenuhi kebutuhan penggunaannya.⁷

⁷Arie Prasetio sangra Juliano Prakasa, Rismawaty (2015) Kepuasan Penggunaan Media Sosial Dikalangan Mahasiswa UNIKOM. JIPSI, *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, Vol.04, No.2, 2-10.

Ditinjau dari hal tersebut diatas menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan oleh mereka memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu pada penelitian ini adalah menggunakan 2 konsep indikator yaitu *gratification sought* dan *gratification obtained*. Adapun perbedaannya yaitu penulis mengkaji *podcast* pada *spotify*.

Dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kesamaan yaitu mengkaji tentang *podcast* dengan menggunakan teori *uses and gratification*, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penulis meneliti tentang *podcast* pada *spotify* dengan subjek generasi muda yang berada di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

2. Jurnal Jenica Elisabeth Rotua Panjaitan yang mengkaji tentang SosioDemografi dan Kepuasan Pengguna Podcast di Indonesia. Penelitian ini membahas tentang peminat podcat mengalami kenaikan yang signifikan. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana factor sosio demografi dan adaptasi pengguna *podcast* di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif dengan jumlah responden 394 dalam periode 24 hingga 28 Februari 2021 serta wawancara terstruktur dengan 39 orang responden yang dipilih secara acak sebagai pendengar *podcast* di Indonesia dari berbagai kalangan dan usia. Menggunakan teori *uses and gratification*, dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa pengguna *podcast* di Indonesia mayoritas berada di kota-kota besar seperti Jakarta dan bersal dari kalangan yang beragam dengan ekspektasi mendapatkan hiburan dimana pengguna *podcast*

mengaku puas dengan kemudahan dan dampak yang dirasakan dari penggunaan *podcast*.

Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan teori *uses and gratification*, sedangkan pembedanya adalah objek yang dikaji yaitu *podcast* pada aplikasi *spotify*.⁸

3. Jurnal Ni Kadek Dilla Sugiantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ade Devia Pradipta tentang Motif dan Kepuasan Generasi Milenial Kota Denpasar Mendengarkan *podcast* Melalui *spotify*. Penelitian ini membahas tentang motif dan kepuasan generasi milenial Kota Denpasar dalam mendengarkan *podcast* melalui *spotify*. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, dengan 5 kategori motif dan kepuasan dalam mendengarkan *spotify* yaitu informasi, kegunaan, kenyamanan, melewatkan waktu, dan hiburan.⁹ Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah statistic deskriptif membandingkan skor rata-rata motif dan kepuasan. Hasil dari penelitian menunjukkan nilai skor rata-rata dari setiap indikator kepuasan yang diperoleh (GO) lebih besar dari nilai skor rata-rata indikator motif (GS).

Dilihat dari kesamaan peneliti adalah penulis meneliti tentang *podcast* pada *spotify* dan menggunakan teori *uses and gratification*, serta teknik analisis data

⁸ Jenica Elisabeth Rotua Panjaitan, „Socio-demografi dan Kepuasan Pengguna Podcast di Indonesia“, *Jurnal Spektrum Komunikasi*, vol. 9, no. 1, 18-21.

⁹ Jurnal Ni Kadek Dilla Sugiantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ade Devia Pradipta tentang Motif dan Kepuasan Generasi Milenial Kota Denpasar Mendengarkan Podcast Melalui Spotify.

membandingkan nilai rata-rata. Sedangkan perbedaannya yaitu sampel yang digunakan adalah generasi muda yang berada di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

4. Skripsi Muhammad Helmi Ilyas yang mengkaji tentang Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam mengakses media social Facebook, serta mengetahui ada tidaknya antara variable motif dan kepuasan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey.¹⁰ Hasil analisis data menunjukkan bahwa motif penggunaan media social Facebook remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten tergolong pada tingkatan rendah sedangkan tingkat kepuasan penggunaan media social Facebook pada tingkatan sedang.

Kesamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya yaitu penulis mengkaji *podcast* pada *spotify*.

5. Skripsi Yopy Kurniawan yang mengkaji tentang Tingkat Kepuasan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau Terhadap Media Podcast. Penelitian ini membahas tentang tingkat kepuasan mahasiswa ilmu

¹⁰ Muhammad Helmi Ilyas, „Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook di Kalangan Remaja Masjid Lailatul Qodar Kadilajo Klaten)“ (Yogyakarta: Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga, 2019).

komunikasi uin suska terhadap media *podcast* sebagai sumber informasi.¹¹ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan teori *Uses and Gratification* yang meliputi *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Dilihat pada hasil perbandingan nilai mean (rata-rata) Skor dari GS sebesar 38,07 dan GO sebesar 39,07 yang didapat, menunjukkan bahwa nilai mean GS lebih kecil dari nilai mean GO, yang mana harapan responden terpenuhi oleh pengalaman.

Dilihat dari penelitian yang dilakukan peneliti memiliki kesamaan yaitu mengkaji tentang *podcast* dan menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan pembedanya penulis mengkaji *podcast* pada *spotify* dengan subjek generasi muda yang berada di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

B. Landasan Teori

1. Teori Uses dan Gratification

Awal mula teori *Uses and Gratification* (Kebutuhan dan Kepuasan) dikemukakan oleh tiga ilmuwan yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Lahirnya teori ini adalah karena ketiga ilmuwan tersebut melihat dari adanya terpaan media, audiens memiliki hasrat (psikologis dan sosial) untuk menentukan apa yang mereka ingin dari suatu media. Menurut Dainton, Marianne mengatakan dalam mengirim sebuah pesan, audiens tidak melihat pada media apa yang digunakan namun teori ini cenderung melihat dari media apa yang

¹¹ Yopy Kurniawan, „Tingkat Kepuasan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau Terhadap Media Podcast“ (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

digunakan audiens. Hal ini dikarenakan beragamnya pilihan media untuk seorang audiens sehingga timbul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu.¹² Karena itu, sudut pandang dari teori ini cenderung melihat kepada alasan mengapa audiens memilih media tersebut dan pada waktu apa media itu dipilih dan digunakan.

Teori ini mengkaji tentang penggunaan media oleh khalayak aktif. Sederhananya, penggunaan media oleh khalayak diasumsikan sebagai sebuah perilaku aktif dimana khalayak dengan sadar memilih dan mengkonsumsi media tertentu. Teori *uses and gratification* mengasumsikan media yang mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang mereka bawa. Teori ini melihat bagaimana dan sebesar apa suatu media mempengaruhi khalayak.

Menurut Ktaz et al terdapat tiga asumsi yang digunakan dalam teori ini, yaitu poin pertama adalah audiens diberi oleh beragam opsi atau pilihan media. Timbulnya beragam pilihan tersebut sebagai suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan audiens. Kebutuhan yang digambarkan ialah dari segi psikologis dan sosial. Poin kedua adalah, melihat dari beragamnya bentuk kebutuhan audiens sehingga media dikaitkan dengan teori *uses and gratification* yang berupaya untuk memahami kebutuhan dari tiap-tiap audiens. Poin ketiga adalah terjadinya

¹² Dr. Humaizi, M.A, / *Uses and Gratifications Theory*,(Medan: USU Press Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU 2018), hlm.1-4.

persaingan antar media dengan media yang lain untuk dapat memenuhi kebutuhan audiens.¹³

Griffin mengatakan bahwa typology (kelompok klasifikasi) yang menjelaskan hubungan audiens dengan media berdasarkan teori *uses and gratification*:

- a. *Passing Time*, sebagai usaha untuk mengisi waktu senggang.
- b. *Companionship*, untuk mendapatkan partner atau teman baru.
- c. *Escape*, untuk mempunyai waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan sebuah masalah.
- d. *Enjoyment*, untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan.
- e. *Social Interaction*, untuk menciptakan sosialisasi dengan orang lain.
- f. *Relaxation*, sebagai tempat untuk membuat diri menjadi lebih santai.
- g. *Information*, untuk mendapatkan informasi atau membuat audiens tetap up-to-date (mengikuti perkembangan).
- h. *Excitement*, untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat kegembiraan yang intens.

Menurut para penemunya, teori *uses and gratification* meneliti asal-usul kebutuhan secara sosial dan psikologi, yang memunculkan harapan tertentu dari

¹³ Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah, „Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification“, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 3, no.1(2021), 93-94.

media massa yang membawa pola paparan media yang berbeda dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lain yang diniatkan.¹⁴

Inti dari teori *uses and gratification* ialah khalayak umumnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Media dianggap sebagai usaha untuk pemenuhan motif khalayak.¹⁵ Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan ikut terpenuhi, yang pada akhirnya suatu media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak dapat disebut sebagai media yang efektif. Secara sederhana kebutuhan khalayak dapat dipenuhi oleh media jika didasari oleh motif tertentu. Komunikasi massa memiliki motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi, dan motif hiburan. Kepuasan diukur dari terpenuhinya motif awal yang mendasari khalayak memilih suatu media. Penggunaan platform media baru ini berusaha untuk mencari sumber media yang paling memuaskan dalam usaha untuk pemenuhan kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa khalayak mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.

Konsep mengukur kepuasan ini disebut dengan *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*, *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari, dimana khalayak mengkonsumsi media didasari oleh motif pemenuhan kebutuhannya, sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang diperoleh, yaitu kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya

¹⁴ Riyanto, "Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media", *jurnal Inter Komunikasi*, Vol. 2, No. 1(2017), 64.

¹⁵ Like Gunawan, „Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di Metro TV Jawa Timur”, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4, No.1(2016), 2.

kebutuhan tertentu dalam mengkonsumsi media tersebut. Dari items tersebut akan diukur perbedaan skor antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

2. Podcast

Zaman sekarang ini, dengan adanya internet merupakan wadah untuk berkembangnya media baru karena melalui internet, beragam platform media dapat saling terhubung. Fungsi lain dari internet yang dimanfaatkan oleh para audiens ialah sebagai sarana untuk mencari media pemenuhan kebutuhan informasi maupun hiburan serta sebagai komunikasi.¹⁶

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi dapat berjalan jika ada minimal tiga elemen inti, diantaranya komunikator atau pemberi pesan, pesan itu sendiri serta komunikan atau penerima pesan. komunikasi dimaknai sebagai metode manusia untuk menyamakan perspektif antara pesan yang dikirim oleh pemberi pesan dan pesan yang diterima penerima pesan. Tujuan komunikasi ini berujung pada perubahan sikap oleh penerima pesan sebagai makna bahwa pesan yang dikirim telah diterima dengan baik. Maksud komunikasi ini agar komunikan sebagai penerima pesan memperoleh informasi, terpengaruh hingga melaksanakan

¹⁶ Iskandar Dinata Ramadhany, "Peran Podcast Sebagai Media Penyiaran Modern Berbasis Audio (Studi Kualitatif Pengguna Memilih Podcast Sebagai Media Alternatif Hiburan)", 2020, <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3557/1/ARTIKEL%20RAMA/>, 18 November 2020.

instruksi pesan dari komunikator berupa pemenuhan kebutuhan dan pemuasan keinginan.¹⁷

Dengan kata lain, Internet dan media baru saling berhubungan, yaitu internet sebagai sarana untuk mengakses media baru dan beberapa media baru tersebut bisa saling terhubung dengan adanya peran internet. Secara sederhana, internet berperan sebagai perantara antara media baru dengan khalayak.

Media baru merupakan salah satu media yang unggul dengan menggunakan teknologi digital untuk penyampaian pesannya. Dengan menggunakan teknologi digital yang dibangun dalam media baru ini memudahkan untuk mengakses informasi pada media dengan cepat. Beberapa kategori media baru adalah seperti internet dan website. Media baru tidak terlepas dari mengandalkan koneksi dan pastinya gadget. Dengan kemudahan mengakses informasi pada media baru menyebabkan interaksi semakin mudah pula. Selain memiliki ciri yang interaktif dan intelektual, media baru menggunakan video, audio, teks, dan gambar yang dirubah menjadi digital merupakan sisi teknologi multimedia dimana merupakan salah satu tiga unsur dalam media baru.

Media baru yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan tiap penggunaannya. Beberapa jenisnya seperti *streaming*, *web*, iklan web, ruang obrolan data *platform*, media sosial, dll. Dengan adanya media baru ini melengkapi kekurangan media lama, seperti koran yang harus dibaca diatas

¹⁷ Nurdin batjo, "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian", *Dinamis-Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol.11, No.2(2018), 28.

kertas, pada media baru koran dapat diakses melalui internet sehingga media baru lebih mudah untuk mendapatkan informasi.¹⁸

Media ikut semakin berkembang seiring dengan perkembangannya teknologi, salah satu media baru yang mulai menarik perhatian khalayak adalah *podcast*. Podcast merupakan media baru berbasis audio yang mampu bersaing dengan media berbasis audio visual karena adanya kedekatan antara *podcaster* dengan pendengarnya. Manusia berkomunikasi dengan berbicara dan mendengar, yang tanpa disadari media yang paling akrab dengan berbicara dan mendengar adalah media berbasis audio. Podcast terasa menjadi lebih dekat, nyata, dan lebih otentik karena pesan yang disampaikan terasa seperti percakapan dua mata antara *podcaster* dan pendengarnya.¹⁹

Podcast merupakan suatu aplikasi dari konvergensi media yang mampu mengumpulkan, membuat, dan mendistribusikan program audio video radio pribadi secara bebas melewati new media yang juga mampu mengumpulkan format MP3, pdf, ePub, dan diunduh melewati sindikasi sehingga dapat digabungkan dalam satu tempat dan diakses oleh banyak orang di seluruh dunia. Oleh karena itu, khalayak tidak harus menyediakan waktu khusus untuk mendengarkan radio seperti dulu. Cukup melihat akun *podcast* orang yang dianggap berpengaruh, maka khalayak bisa mendengarkan informasi dari mereka

¹⁸ Luh Appucha Pandu Liyanty, "Efektivitas Podcast Sebagai Media Baru Dalam Penyebaran Informasi Edukasi Brand Local (Studi Pada Pengikut Akun Podcast Kata Dochi)", 2020, <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/68566/>, 27 oktober 2020.

¹⁹ Ibrahim Adnan and Dudi Iskandar, "Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Komunitas The Podcasters Di Media Social Discord", *Jurnal Syntax Transformation*, Vol.1, No.8 (2020), 621-622.

dimanapun dan kapanpun para pendengar mempunyai waktu senggang. Informasi yang disebarakan dapat berupa pengalaman pribadi, hobi atau tips-tips keseharian. Khalayak pun juga bisa menyusun list lagu kesukaan mereka untuk bisa dihadirkan dalam *podcast* tersebut. Melalui *podcast*, khalayak juga bisa membuat informasi sendiri dengan mengambil banyak referensi dan menyebarkannya melewati new media.

Podcast merupakan suatu konten dalam audio broadcast di media internet, pada awalnya *podcast* sendiri kurang populer di Indonesia namun, beberapa tahun terakhir mulai di sukai oleh pendengar di media sosial.

Merriam-Webster mendefenisikan *podcast* sebagai: “sebuah program (musik atau percakapan) yang tersedia dalam format konten digital dapat diunduh secara otomatis melalui internet” sebagai file audio yang dilampirkan ke umpan RSS. Istilah ini mulai dipakai ketika iPod sedang terkenal. Pada waktu itu, teknologi berkembang untuk memungkinkan berlangganan feed yang bertaut ke file audio yang dapat diunduh. Jadi tidak perlu mengunjungi situs web atau blog tertentu yang menyiarkan acara audio favorit. Podcast memakai software untuk “berlangganan” yang secara otomatis akan diberitahu ketika episode baru sudah tersedia. Karena, bandwidth (transfer data) sangat terbatas untuk beberapa orang, mengunduh file untuk didengarkan secara offline sangat bermanfaat.²⁰

²⁰ Mochammad Irfan Radika, Sri Dewi Setiawati, “Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studi Kasus Dalam Podcast Do You See What I See)”, jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.3, No.2(2020), 98.

3. *Spotify*

Untuk mendistribusikan sebuah konten digital, maka diperlukan adanya sarana untuk menyalurkan konten tersebut kepada khalayak. Dengan semakin berkembangnya teknologi, berbagai keunggulan media online menjadi alternatif untuk menyajikan pesan ataupun suatu konten agar sampai kepada khalayak dengan praktis dan efisien. Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi dan menciptakan isi dengan berbagai jenis platform yang tersedia. Sederhananya, platform media online adalah sebuah wadah yang mempunyai fungsi sebagai tempat untuk menjalankan suatu program yang sudah dibuat melalui internet. Adapun platform yang sering digunakan antara lain youtube, facebook, whatsapp, instagram, *podcast*, dan lain-lain.²¹

Media audio yang saat ini sedang populer dan diminati oleh khalayak adalah *podcast*, yang membuat *podcast* semakin menarik adalah dengan banyaknya tersedia beragam platform untuk mendengarkan konten *podcast*. Hadirnya *podcast* sebagai bentuk audio baru memunculkan beragam jenis platform sebagai sarana publikasinya. Beberapa diantaranya, *Apple podcast*, *Anchor*, *Soundcloud*, *Inspigo*, *Castbox*, *Google podcast*, hingga *spotify*. Uniknya, platform seperti *Anchor* dapat menyebarkan konten ke berbagai platform distribusi lainnya, seperti *spotify*, *Castbox*, dan *Google podcast*. Ini membuktikan bahwa ruang

²¹ Evi Novianti, Aat Ruchiyat Nugraha, Lukiati Komalasari, Kokom Komariah, Diah Sri Rejeki, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)", jurnal Al Munir Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.11, No.1(2020), 49.

publikasi *podcast* sangat luas tidak hanya pada satu platform saja, dan memberikan kemudahan bagi kreator *podcast* untuk mendistribusikan kontennya.²²

Menurut survei Daily Social tahun 2018, platform yang menjadi layanan favorit untuk mendengarkan *podcast* adalah *spotify*, dengan persentase sebesar 52%, disusul dengan Soundcloud 46% dan Google Podcast 41%. *spotify* merupakan platform publikasi *podcast* yang paling banyak dipilih untuk mendengarkan konten *podcast*. Konten yang variatif dan fitur yang diberikan juga menambah keistimewaan *spotify* sebagai platform distribusi konten *podcast*.²³

Spotify adalah platform layanan streaming musik, *podcast*, dan video komersial yang menyediakan akses ke jutaan lagu dan konten lain dari kreator di seluruh dunia secara legal. *spotify* sendiri merupakan sebuah platform dalam media baru yang dikembangkan pada tahun 2006 oleh tim *spotify* AB, di Stockholm, Swedia. Perusahaan tersebut didirikan oleh Daniel EK, dan Martin Lorentzon. Selain kategori konten yang makin beragam, platform pengusungnya juga mulai semakin banyak. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi yang terus berkembang dan meningkat membuat tuntutan kebutuhan manusia dalam berinteraksi harus dipenuhi.²⁴

²² Cut Medika Zellatifanny, "tren disemensi konten Audio on Demand melalui *podcast*: sebuah peluang dan tantangan di Indonesia" *jurnal pekonnas* (2020), Vol.5, No.2, 118.

²³ Gina Sundari, Veny Purba, "strategi komunikasi *podcaster* awal minggu dalam membuat konten *podcast* di *spotify*", *jurnal media dan komunikasi* (2020), Vol.3, No.2, 149-150.

²⁴ Devid Mendio S.Ikom, Velantin Valiant, S.Sos, M.Ikom, "Penyajian Konten *Podcast* Yang Berkualitas Pada Aplikasi *Spotify* (Studi Deskriptif *Podcast*"Plung)", *jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 26, No.3 (2021), 248-249.

Spotify tidak hanya berfokus pada layanan musik streaming saja. Di awal tahun 2018, *spotify* memperluas layanannya ke ranah *podcast* dengan merilis fitur “visual *podcast*” tentang berita, politik, dan hiburan. Fitur ini tersedia dalam bentuk playlist yang menampilkan gabungan multimedia sebagai format baru seperti teks, video, dan foto yang disebut dengan “*Spotlight*”. *spotify* memperkenalkan program versi beta dari *spotify for podcasters* pada oktober 2018. Melalui program *spotify for Podcaster* ini bisa meneruskan *podcast* yang diunggah diserver lain dan dapat membuatnya tersedia di *spotify*. Podcaster yang *podcast*nya tersedia di *spotify* bisa memiliki akses kinerja per episode, grafik harian demografis pendengar, lokasi, engagement pengguna, dan fitur hebat lainnya untuk membantu dan mempelajari lebih banyak dan memperluas pendengar.

spotify kemudian memperkenalkan secara resmi *spotify for podcasters* pada 13 Agustus 2019, program ini yang memudahkan para *podcaster* untuk menetapkan harga dan bagaimana cara beriklannya. Platform yang awalnya hanya menyediakan layanan streaming musik tersebut mengatakan bahwa pengguna yang mendengarkan *podcast* di *spotify* telah mengalami peningkatan dua kali lipat di tahun 2020, *podcast* pada *platform* ini sudah memiliki lebih dari 700.000, yang dimana penggunanya mendengarkan *podcast* sebanyak 16%.²⁵

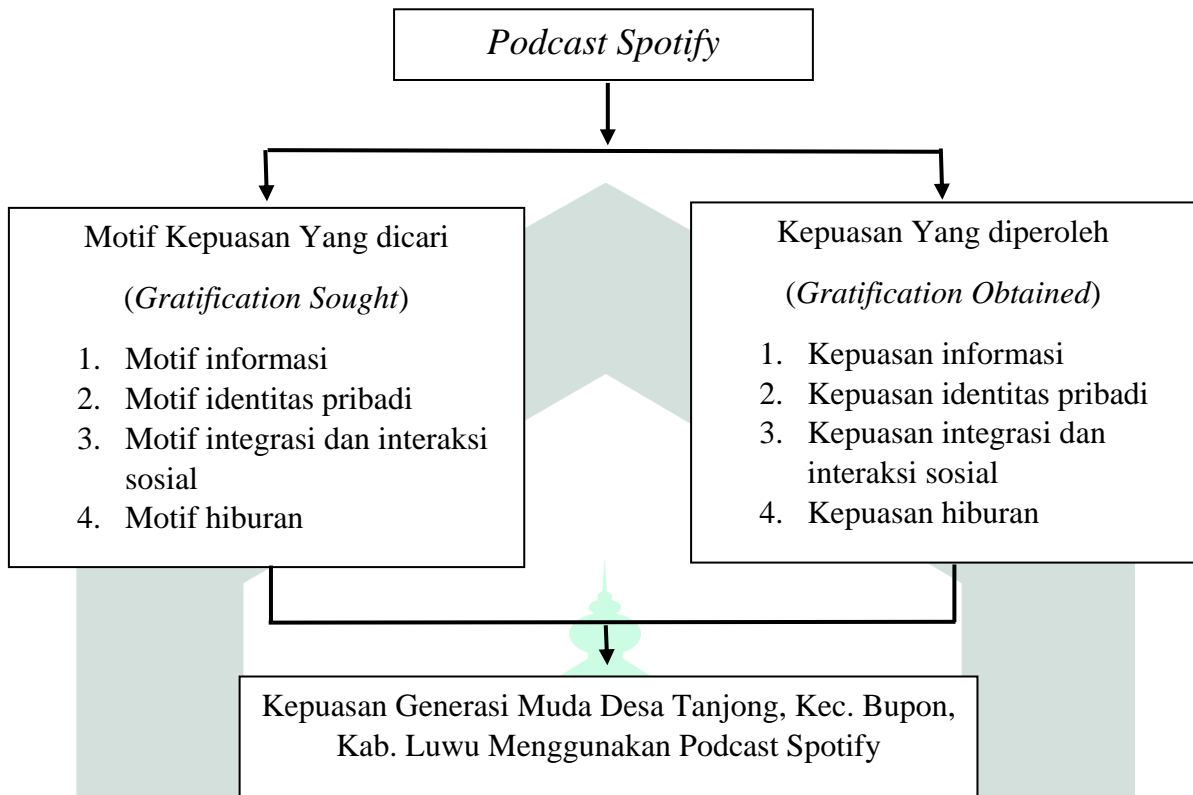
²⁵ Gina- Sundari and Veny Purba, “Podcaster’s Awal Minggu Communication Strategy in Creating Podcast Content on the Spotify”, *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, vol. 3, no. 2 (2020), 149-151.

Fitur Podcast Di *spotify* Untuk mengakses *podcast* di aplikasi *spotify*, terdapat beberapa fitur yaitu:²⁶

- a. *Browse* (cari) : Fitur yang digunakan untuk mencari lagu atau *podcast* yang sedang populer. Di dalam fitur ini juga terdapat beberapa kategori genre lagu yang dapat didengarkan sesuai suasana hati.
- b. Kategori Podcast : Fitur yang berisi berbagai kategori genre *podcast* yang dapat didengarkan sesuai suasana hati.
- c. Kategori Peringkat Podcast : Fitur yang berisi peringkat *podcast* dan episode *podcast* yang sedang populer, baik dari Indonesia ataupun dari negara lain.
- d. *Speed Changes* (ubah kecepatan) : Fitur untuk mengatur kecepatan *podcast* yang didengarkan.
- e. *Forward and Backward 15sec* (maju dan mundur 15detik) : Fitur untuk mengatur waktu untuk mendengarkan *podcast*.
- f. *Sleep Mode* (mode tidur) : Fitur yang berfungsi untuk mengatur *podcast* dimainkan akan berhenti dalam menit, atau jam yang sudah diatur.
- g. *Play Queue* (playlist) : Fitur untuk membuat daftar antrian *podcast* yang ingin didengar.
- h. *Download* : Fitur untuk mendengarkan *podcast* secara offline.
- i. *Share* : Fitur untuk membagikan *podcast* yang didengar kepada orang lain.

²⁶ *Podcast dan Acara* (2021), <https://support.spotify.com/id/article/podcasts-and-shows/>, accessed 7 Jul 2021.

C. Kerangka Pikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara, suatu tesis sementara yang harus di buktikan kebenarannya melalui penyelidikan ilmiah. Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai kesimpulan sementara, yang merupakan konstruk (construct) yang masih perlu dibuktikan, suatu kesimpulan yang belum tentu kebenarannya.

Berdasarkan rumusan masalah maka dirumuskan suatu hipotesis yaitu, diduga terdapat tingkat kepuasan generasi muda di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu dalam menggunakan *podcast* pada *spotify*, yaitu:

Ha : Diduga terdapat kepuasan pengguna dalam menggunakan *podcast* pada *spotify*. Hal ini dibuktikan dengan GO lebih besar daripada GS (GO>GS)

Ho : Diduga tidak terdapat kepuasan pengguna dalam menggunakan *podcast* spotify. Hal ini dibuktikan dengan GO lebih kecil daripada GS ($GO < GS$)



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian berjudul Tingkat Kepuasan Generasi Muda Terhadap Penggunaan Podcast Pada *spotify* di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu menggunakan pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif dengan metode deskriptif dan merupakan penelitian lapangan. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Desa Tanjong, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu. Desa Tanjong dipilih sebagai tempat penelitian karena belum pernah ada Lembaga survei maupun penelitian ilmiah yang pernah meneliti tingkat kepuasan generasi muda dalam menggunakan *podcast spotify*. Waktu penelitian dilaksanakan kurang lebih satu bulan, yakni dari bulan Februari sampai Maret 2023.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variable diukur.. Dengan membaca definisi operasional dalam penelitian, peneliti

²⁷ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian, ed. Try Koryati, Pertama, (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2022), hlm.13.

akan mengetahui pengukuran variabel yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat mengetahui baik atau buruknya pengukuran tersebut. Menurut Sugiyono (2012) tentang variabel, mengatakan variabel bisa diartikan segala sesuatu yang apa saja bisa ditetapkan sebagai variabel oleh peneliti untuk dipelajari, diperoleh informasinya, dan ditarik kesimpulannya.²⁸ Maka dari itu variabel yang akan diukur dikembangkan sebagai sub-variabel, kemudian sub-variabel dikembangkan menjadi elemen yang dapat diukur. Elemen-elemen yang dapat diukur ini kemudian dijadikan sebagai panduan untuk menyusun item instrument yang bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Konsep(y)	Variable(x)	Definisi	Dimensi (indikator)
Kepuasan dalam menggunakan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> (teori <i>uses and gratification</i>)	Tingkat kepuasan yang dicari (<i>Gratification Sought</i> (GS))	<i>Gratification Sought</i> merupakan kepuasan yang dicari seseorang pada saat menggunakan media, di mana seseorang menggunakan media dikarenakan	1. Motif Informasi: Mencari informasi terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan. Mencari berbagai informasi sesuai kebutuhan pendengar. 2. Motif Identitas Pribadi: Mencari penunjang nilai-nilai pribadi (mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)). Mencari sesuatu yang dapat meningkatkan

²⁸ Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

		dorongan dari motif tertentu. ²⁹	<p>pemahaman tentang diri sendiri.</p> <p>3. Motif integrasi dan Interaksi Sosial: Mencari pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial, menjalankan peran sosial.</p> <p>Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.</p> <p>4. Motif Hiburan: Ingin melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.</p> <p>Bersantai, mengisi waktu dan penyaluran emosi Mencari kenikmatan jiwa dan estetis.</p>
	Tingkat kepuasan yang diperoleh (<i>Gratification Obtained(GO)</i>)	<i>Gratification Obtained</i> adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu	<p>1. Kepuasan Informasi: Memperoleh informasi yang terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan.</p> <p>Meperoleh berbagai informasi sesuai kebutuhan pendengar.</p> <p>2. kepuasan Identitas Pribadi: Mendapatkan penunjang nilai-nilai pribadi (mampu memperoleh diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)).</p>

²⁹ Dr. Humaizi, M.A, / Uses and Gratifications Theory/,(Medan: USU Press Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU 2018), hlm.16.

		tersebut menggunakan media. ³⁰	<p>Menemukan sesuatu yang dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.</p> <p>3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial: Mempermudah memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial, menjalankan peran sosial.</p> <p>Mampu menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.</p> <p>4. Kepuasan Hiburan: Mampu melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.</p> <p>Mampu bersantai, mengisi waktu dan penyaluran emosi.</p> <p>Mampu mencari kenikmatan jiwa dan estetis.³¹</p>
--	--	---	---

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) dalam bukunya mengatakan tentang populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari objek/subjek yang memenuhi

³⁰ Pupung Arifin, "Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesian Berdasarkan Analisis Uses and Gratification", *jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10, No.2 (2013), hlm.200.

³¹ Like Gunawan, "Motif dan kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog "Titik Tengah" di Metro TV Jawa Timur", *jurnal E-Komunikasi*, Vol.4, No.1, 4-6.

kualitas dan karakteristik tertentu yang merujuk pada penelitian untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Muda yang menggunakan *podcast* pada *spotify* di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dan karakteristik yang dianggap mewakili populasi tersebut. Jika populasi yang diteliti besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan populasi tersebut, karena terbatasnya waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Penarikan sampel menggunakan *Non-probability sampling*, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama terhadap populasi untuk dijadikan sampel. Dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, artinya sampel ditentukan sesuai dengan kriteria (ciri-ciri) yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden merupakan generasi muda yang berada di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu yang berumur 14-35 tahun.
- b. Responden merupakan pengguna *spotify* untuk mengakses *podcast*.

Penentuan *sampling* ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa orang usia 14-35 tahun yang menggunakan *spotify* untuk mendengarkan *podcast*,

maka dari itu peneliti mencari responden yang secara kebetulan ditemui, yang menggunakan *spotify* untuk mendengarkan *podcast*.

Penentuan sampling ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa orang berusia 14-35 tahun yang menggunakan *spotify* untuk mendengarkan *podcast*, maka dari itu peneliti mencari responden yang kebetulan menggunakan *spotify* untuk mendengarkan *podcast*.

Menurut Ridwan menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan, peneliti menyeleksi dengan menyaring kusioner yang ada, apabila orang-orang tersebut diketahui. Oleh karena itu, rumus pengambilan sampel menurut Wibisono dalam Ridwan dan Akdon apabila populasi tidak diketahui secara pasti, maka rumus pengambilan sampel adalah sebagai berikut:³²

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z α = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 1,96 dengan tingkat 95%

σ = standar deviasi populasi

e = tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (0,05)

Diketahui:

³² Riduwan and Akdon, Rumus dan Data dalam Analisis Statitiska (Bandung: Alfabeta, 2013).

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random dengan berukuran 96,04 akan memberikan selisih estimasi dengan μ kurang dari 0,05. Maka sampel yang diambil adalah 100.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

2. Kusioner atau Angket

Kusioner adalah Teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

3. Interview atau Wawancara

Wawancara adalah suatu tanya jawab secara tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang di wawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah lalu. Dokumen dapat terbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seorang lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa interview atau wawancara kepada narasumber.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan piranti peneliti mengukur fenomena alam maupun social yang menjadi focus peneliti, yang secara spesifik semua fenomena ini di sebut variable. Menurut Sugiono, instrumen peneliti adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto, instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian

1. Data Primer

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan data primer, pengumpulan data yang diperoleh dilapangan melalui angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan serangkaian runtutan pertanyaan yang diberikan kepada sejumlah responden untuk mendapatkan informasi dan bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan peneliti. Tujuan penyebaran angket atau kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai suatu masalah yang dikaji.

Pada penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Pertanyaan akan berpedoman pada indikator-indikator variabel, dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang diberikan. Peneliti akan menggunakan skala pengukuran Likert. Skala pengukuran likert adalah teknik yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, dan responden mengenai hal yang berkaitan. Responden akan diminta untuk mengisi pertanyaan yang telah diberikan peneliti dari respon berupa sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur

dijabarkan sebagai indikator-indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai pedoman untuk menyusun item-item instrument yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun skor dari tiap item adalah sebagai berikut:

Jawaban	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu/Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Data Sekunder

Data dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada, peneliti akan memperoleh data untuk mencari konsep, dan teori yang berhubungan dengan masalah data pendukung skripsi melalui literatur, artikel, jurnal, buku serta situs internet yang berkaitan dengan judul penelitian.

Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen penelitian untuk *Gratification Sought*

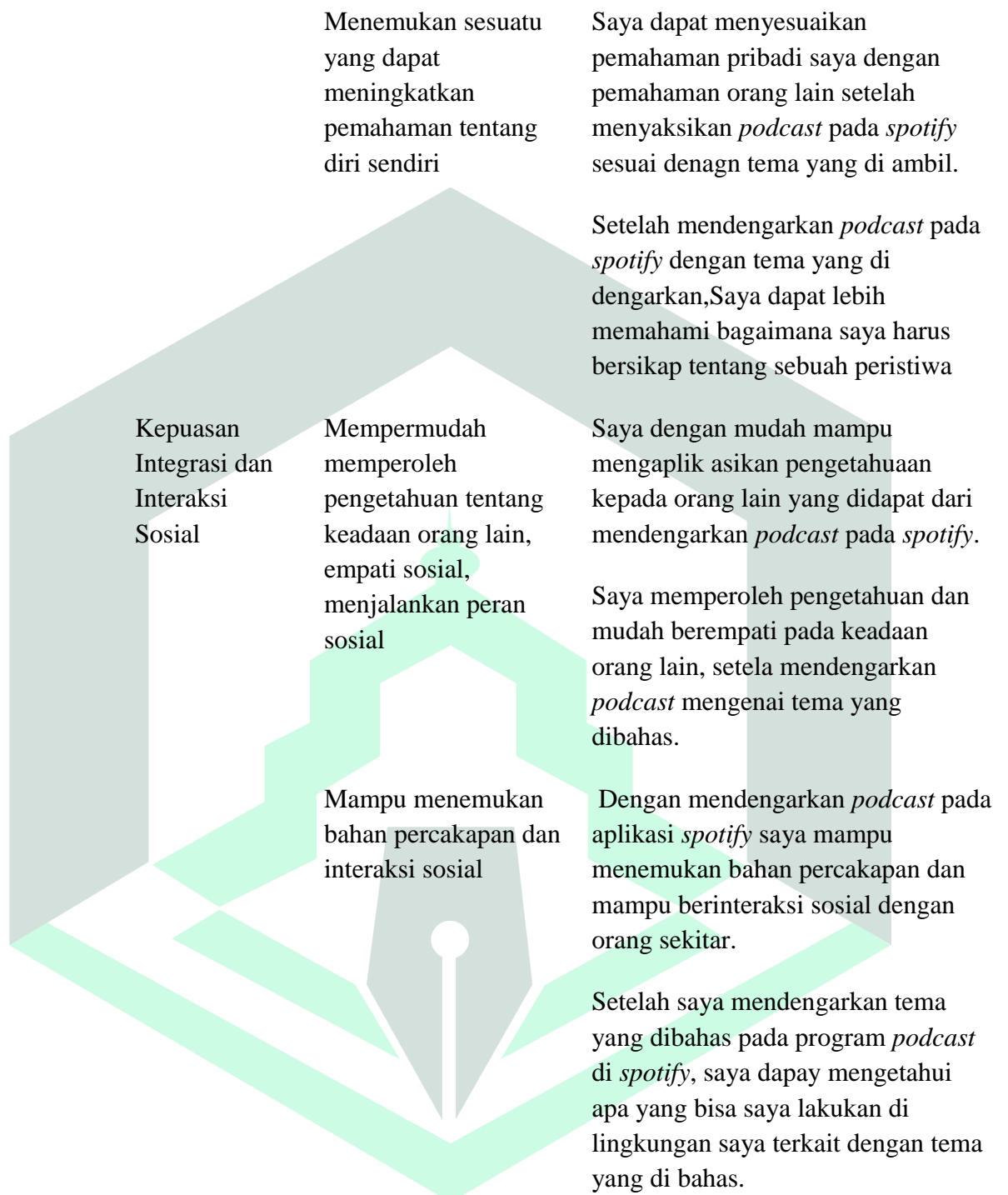
No	Variabel	Dimensi/indikator	Sub Indikator	Item pertanyaan
1	<i>Gratification Sought (GS)</i>	Motif informasi	Mencari informasi terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan	<p>Saya mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i>.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i>, untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang dibahas.</p>





Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen penelitian untuk *Gratification Obtained*

No	Variabel	Dimensi	Sub Indikator	Item pertanyaan
2	<i>Gratification Obtained</i> (GO)	Kepuasan Informasi	Memperoleh informasi yang terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan	<p>Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>, saya dapat mengetahui informasi terupdate yang terjadi di masyarakat yang mampu menambah pengetahuan dan wawasan saya.</p> <p>Setelah saya mendengarkan <i>podcast</i>, saya mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang diangkat</p> <p>Saya menemukan informasi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di program <i>podcast</i>, saya dapat menambahkan pengetahuan pada diri saya.</p>
		Kepuasan Identitas Pribadi	Meperoleh berbagai informasi sesuai kebutuhan pendengar	<p>Dengan menggunakan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin saya ketahui.</p> <p>Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>, saya dapat menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.</p>
			Mendapatkan penunjang nilai-nilai pribadi (mampu memperoleh diri dengan nilai-nilai lain (dalam media))	



Kepuasan
Hiburan

Mampu melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan

Setelah mendengarkan *podcast* pada *spotify* mampu membuat saya melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi.

Setelah menyaksikan/mendengarkan *podcast*, saya mampu melepas rasa penat yang ada untuk sementara waktu.

Mampu bersantai, mengisi waktu dan penyaluran emosi

Saya mampu mengisi waktu luang dengan bersantai serta penalaran emosi dengan mendengarkan *podcast* pada *spotify*

Setelah mendengarkan/menyaksikan *podcast*, saya mampu melepaskan beban emosi(kemarahan,kesedihan,stress).

Mampu mencari kenikmatan jiwa dan estetis

Saya mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan *podcast* pada *spotify*

Setelah menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify*, saya memperoleh kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap apa yang diukur walaupun dilakukan berulang-ulang. Artinya alat ukur harus mempunyai akurasi yang baik, jika alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang akan diteliti.³³ Suatu instrument dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrument dapat dibuktikan dengan cara pengujian, yaitu pengujian validitas construct, validitas isi (validitas content), dan validitas eksternal.

Untuk menguji validitas dari setiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Mengukur validitas instrument menggunakan korelasi product moment dengan taraf signifikan nilai probabilitas 5% atau 0,05 melalui aplikasi SPSS, dengan teknik pengujian menggunakan corrected item-total correction (item total statistic). Standar dalam mengukur valid tidaknya suatu kuesioner adalah sebagai berikut:³⁴

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item instrument dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka item instrument dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan alat pengukur. Alat ukur memiliki reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur tersebut baik, yaitu alat ukur tersebut

³³ Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya)* (Jakarta: Kencana Prenada, 2005).

³⁴ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis Disertai, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011).

stabil dan dapat diandalkan. Ini menunjukkan sejauh mana hasil dari pengukuran tetap stabil bila dilakukan pengukuran berulang-ulang terhadap gejala yang sama, dan memakai alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliable jika hasil pengukuran menunjukkan hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran dua kali hingga lebih.³⁵

Sebuah kuesioner/angket dikatakan reliable jika jawaban dari responden tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Begitu juga kuesioner sebagai alat ukur juga harus menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Perhitungan reliabilitas hanya bisa jika kuesioner itu sudah valid. Maka harus menghitung validitas dulu sebelum menghitung reliabilitas, jadi jika tidak mencapai syarat uji validitas maka tidak perlu meneruskan untuk uji realibilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur realibilitas kuesioner adalah dengan metode *Cronbach's Alpha*. Untuk pengujian umumnya memakai batasan tertentu jika $> 0,60$ maka data tersebut mempunyai kehandalan yang tinggi.³⁶

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan mean. Uji dari kedua mean tersebut dilakukan untuk menegaskan perbedaan yang ada antara kedua mean tersebut adalah merupakan perbedaan yang signifikan (perbedaan yang berarti) dan bukan hanya secara kebetulan.

³⁵ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia, 2013),.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS* (Semarang: BP UNDP, 2003),.

Untuk menguji tingkat signifikan dilakukan dengan menggunakan uji t untuk sampel berpasangan.³⁷

Adapun pertimbangan peneliti menggunakan rumus statistic karena t test berfungsi untuk menguji perbandingan, uji korelasional dan uji estimasi secara statistic. Selain t test digunakan untuk data yang berskala ratio atau interval.

1. Masing-masing dari pertanyaan variabel *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* diberi skor dan dijumlahkan sehingga diperoleh hasil yang berupa skor *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dari penggunaan *podcast* pada *spotify*.

Rumus Mean (rata-rata)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata

$\sum_{i=1}^n Xi$ = jumlah seluruh nilai data

N = jumlah seluruh pernyataan setiap indikator

2. Masing-masing skor yang diperoleh kemudian diuji dengan menggunakan uji perbedaan dua sampel berpasangan untuk data berskala interval atau ratio yaitu dengan menggunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut:

Rumus uji t:

$$t = \frac{\bar{d} - d_0}{\frac{S_d}{\sqrt{n}}}$$

³⁷ Nuryadi et al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian, 1 edition* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017),.

$$\bar{d} = \frac{\sum d_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{d} = Selisih dua perlakuan kelompok 1 dan kelompok 2

d_0 = asumsi selisih dari $\mu_1 - \mu_2$ yang dihipotesiskan, jika tidak disebutkan maka diasumsikan $d_0 = 0$

S_d = simpangan baku dari selisih perlakuan

Prosedur perhitungan nilai t dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan menggunakan uji statistic paired sampel t test.

3. Setelah t diketahui, untuk mengetahui apakah nilai t tersebut memiliki nilai signifikan secara statistic atau tidak, maka nilai t tersebut dicocokkan dengan table t distribusi dengan tingkat signifikansi $p=0,05$ (2-tailed).
 - a. Jika angka signifikansi hasil riset $<0,05$, maka hubungan kedua variabel signifikan.
 - b. Jika angka signifikansi hasil riset $>0,05$, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.
4. Setelah diketahui hasil dari uji signifikasi, jika didapati bahwa ada perbedaan yang signifikan antara pasangan GS dan GO, langkah selanjutnya adalah membandingkan kedua mean skor tersebut. Jika mean skor GS lebih besar dari mean skor GO dapat dikatakan kebutuhan yang ada tidak terpenuhi. Sedangkan jika mean skor GS lebih kecil atau sama dengan skor mean GO, maka dapat dinyatakan bahwa kebutuhan yang ada terpenuhi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah dan Profil Desa Tanjong, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu

Desa Tanjong secara administratif merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Bua Ponrang Kabupaten Luwu, terletak \pm 19 km disebelah utara Kelurahan Noling (Kota Kecamatan), merupakan desa terluar yang berbatasan dengan Kecamatan Ponrang. Hingga kini, Desa Tanjong telah mengalami beberapa kali perubahan wilayah akibat adanya pemekaran dusun menjadi desa baru. Desa Tanjong sendiri baru terbentuk pada akhir tahun 1989, dimana sebelumnya merupakan salah satu dusun dari Desa Mario Kecamatan Bupon (sekarang Ponrang) pada masa kepemimpinan Kepala Desa Mario Andi Kira.

Pada awal terbentuknya Desa Tanjong terdiri dari beberapa dusun yakni, Dusun Tanjong, Dusun Mindula, Dusun Minanga Tallu, Dusun Hombase, Dusun Saluinduk, dan Dusun Langda yang dipimpin pejabat sementara Kepala Desa (Desa Persiapan) Nurdin .B selama tiga tahun(1989-1992).

Pada bulan Februari 1993 berlangsung pesta demokrasi pertama bagi masyarakat Desa Tanjong secara langsung yang mana pada waktu itu terpilih sebagai Kepala Desa secara detnitif yaitu Murni Rombe Allo sebagai Kepala Desa Tanjong pertama periode 1993-2002. Namun sebelum akhir masa jabatannya, pada tahun 1999 Murni Rombe Allo jatuh sakit dan tidak mampu menjalankan

tugasnya sehingga dilanjutkan oleh sekretaris Desa Naharuddin, S.E sebagai pelaksana tugas Kepala Desa hingga tahun 2002.

Pada tahun 2002 diadakan pesta demokrasi pilkades yang kedua dimana yang terpilih sebagai Kepala Desa pada saat itu adalah Sukma Muslimin sebagai Kepala Desa Tanjung periode 2002-2007. Periode kepemimpinan bapak Sukma Muslimin terus berlanjut dimana kembali terpilih menjadi Kepala Desa pada pilkades ketiga tahun 2007 untuk periode 2007-2013. Pada periode kedua Kepala Desa Sukma Muslimin ini tepatnya pada tahun 2008 Desa Tanjung mengalami pemekaran wilayah menjadi dua Desa dimana Dusun Salu Induk dan Dusun Langda menjadi Desa Salu Induk, sedangkan Dusun Tanjung, Dusun Mindula, Dusun Minanga Tallu, Dusun Hombase tetap didalam wilayah Desa Tanjung. Pada pesta demokrasi pilkades keempat yakni pada tahun 2013 yang terpilih sebagai Kepala Desa adalah Muhris untuk periode 2013-2019. Pada pilkades 2019 yang merupakan pilkades kelima bagi masyarakat Desa Tanjung yang terpilih sebagai Kepala Desa adalah Rahman untuk periode 2019-2025.

Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Sesuai dengan Desa Tanjung Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu

No	Nama Dusun	Jumlah Jiwa		Total	Kepala keluarga
		Perempuan	Laki-Laki		
1	Tanjung	307	288	595	168
2	Padang Redo	186	197	383	98
3	Minangatallu	208	231	439	131
4	Home Base	46	52	98	31
	Jumlah	747	768	1515	428

Sumber : Data primer Desa Tanjung, setelah diolah (2023)

Desa Tanjung merupakan salah satu desa di Kecamatan Bua Ponrang Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan, memiliki luas 16,51 km². Secara geografis Desa Tanjung berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara, berbatasan dengan Desa Parekaju Kecamatan Ponrang, sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Luwu.
- b. Sebelah Timur, berbatasan dengan Desa Mario dan Desa Buntu Nanna Kecamatan Ponrang.
- c. Sebelah Selatan, berbatasan dengan Desa Padang Ma'bud Kecamatan Bua Ponrang.
- d. Sebelah Barat, Berbatasan dengan Desa Salu Induk Kecamatan Bua Ponrang.
- e. Secara Administratif, wilayah Desa Tanjong terdiri dari 4 (Empat) Dusun, 4 (Empat) Rukun Warga dan 4 (Empat) Rukun Tetangga.
- f. Secara umum Tipologi Desa Tanjong terdiri dari persawahan dan perkebunan.
- g. Topografis Desa Tanjong secara umum termasuk daerah berbukit bergelombang dan berdasarkan ketinggian wilayah Desa Tanjong diklasifikasikan kepada dataran rendah (21– 40 m dpl).

Visi dan Misi Desa Tanjong sesuai dengan kaidah perundang-undangan bahwa RKP Desa harus selaras dengan RPJM Desa, maka RKP Desa Tanjong Tahun 2022 disusun dengan memperhatikan Visi dan Misi Desa Tanjong yang tertuang dalam RPJM Desa Tanjong Tahun 2020, sebagai dasar dalam pelaksanaan pembangunan Desa Tanjong, yaitu :

“TERWUJUDNYA KEHIDUPAN MASYARAKAT DESA TANJONG
YANG RAHMAT (RELIGIUS, AMAN, HARMONIS, MAJU, ADIL, DAN
TERTIB”

Definisi operasional atau yang dimaksud dengan “RAHMAT” dalam Visi kami adalah :

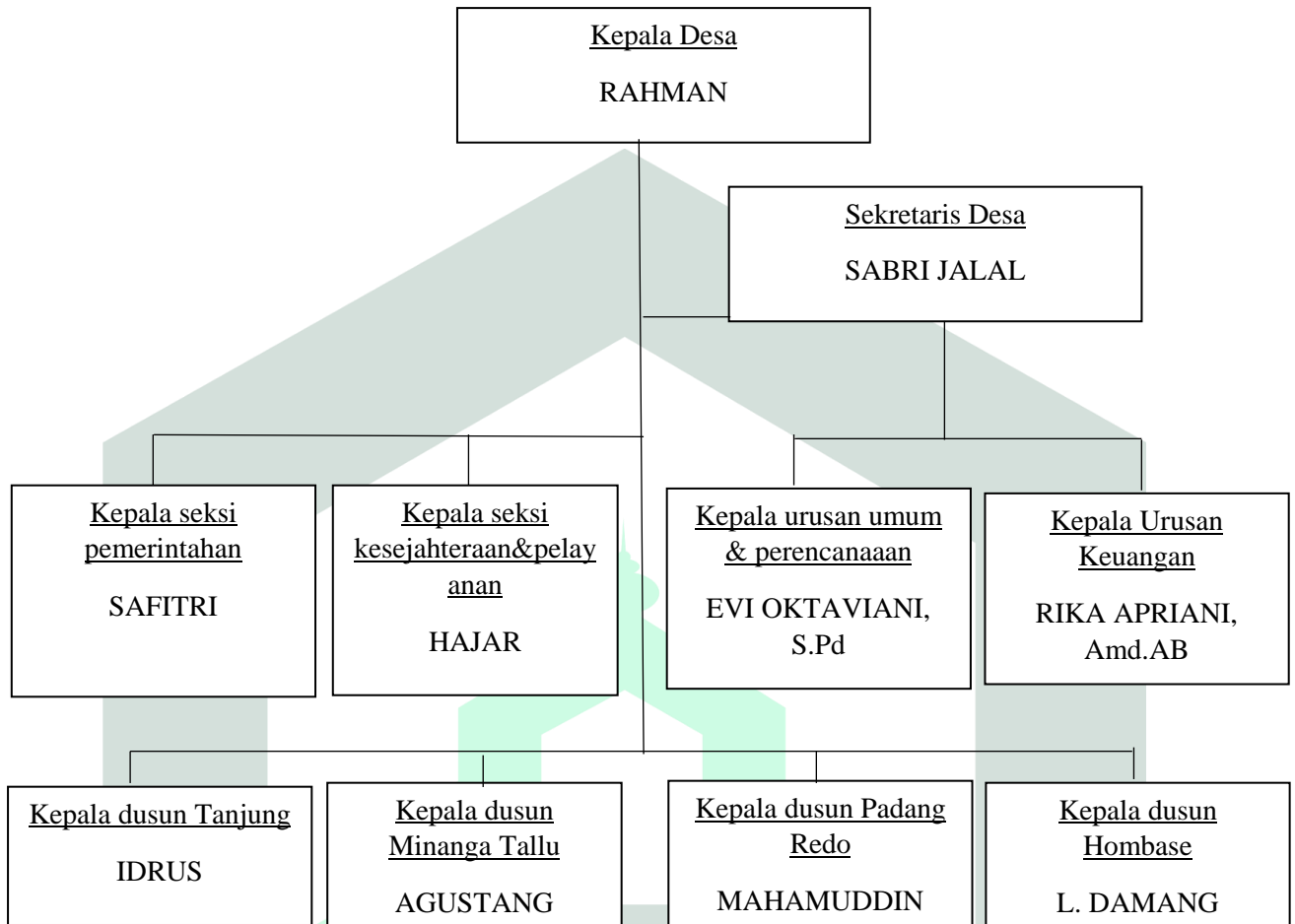
- 1) “R” untuk “ RELIGIUS” dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan, adat istiadat dan budaya asli masyarakat yang berasaskan Pancasila.
- 2) “ A “ untuk “ AMAN “ dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, kesadaran dan mawas diri sehingga tercipta kehidupan masyarakat yang aman dan tenteram melalui prinsip ketahanan nasional.
- 3) “ H “ untuk “ HARMONIS “ dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi nilai-nilai Persaudaraan, kekeluargaan dan toleransi / saling menghargai dalam keberagaman baik suku, agama dan ras sehingga tercipta kehidupan masyarakat yang harmonis melalui prinsip Bhineka Tunggal Ika.
- 4) “ M “ untuk “ MAJU “ dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui peningkatan kualitas pendidikan masyarakat yang paripurna sehingga tercipta kualitas sumber daya manusia yang maju, mampu bersaing dan berdaya guna.
- 5) “ A “ untuk “ ADIL “ dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi nilai nilai keadilan, persamaan dan kesetaraan melalui

pengentasan kemiskinan, kesenjangan sosial dan pemerataan kesejahteraan sehingga tercipta kehidupan masyarakat yang sejahtera, makmur dan sentosa yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Hak Asasi Manusia (HAM), kesetaraan gender dan keadilan sosial.

- 6) “ T “ untuk “ TERTIB “ dalam arti : Terwujudnya Desa Tanjong yang menjunjung tinggi nilai-nilai ketenteraman dan ketertiban umum dengan mendorong peran serta masyarakat dalam peningkatan kesadaran hukum dan kewajiban bernegara sehingga tercipta kehidupan masyarakat yang tertib dan sadar hukum yang berasaskan pada Pancasila dan UUD 1945.

Desa Tanjong merupakan pedesaan yang sudah dimasuki perkembangan teknologi informasi. Rata-rata masyarakat sudah mampu menggunakan berbagai teknologi informasi. Kebanyakan dari mereka juga mampu mengelola media sosial sebagai media pekerjaan, hiburan dan sebagainya. Salah satu media sosial yang cukup bermanfaat untuk para generasi muda yaitu mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify*.

2. Struktur organisasi Desa Tanjong



3. Deskripsi Responden

Identitas responden memberikan gambaran tentang keadaan responden yang merupakan penggunaan media *podcast* pada aplikasi *spotify*. Identitas responden pada penelitian di tinjau dari beberapa aspek seperti nama, umur, dan jenis kelamin. Berikut ini menunjukkan data umum para generasi muda yang menggunakan *spotify* untuk mendengarkan/menyaksikan *podcast* di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu yang terdiri dari 100 orang.

a. Umur Responden

Umur merupakan suatu tolak ukur dalam kehidupan seorang yang di ukur setiap tahun sejak dari tahun lahir sampai dengan sekarang, maka dengan umur sangat mempengaruhi kemampuan seseorang baik dari segi kemampuan fisik, dan cara berfikir. Umur menentukan kedewasaan seorang sangat mempengaruhi terhadap cara berpikir secara rasional.

Menurut data dari pusat statistika angka beban tanggungan adalah angka yang menyatakan perbandingan antara penduduk usia tidak produktif (di bawah 15 tahun dan 65 tahun ke atas) dengan usia produktif (antara 15 sampai 64 tahun) dikalikan 100. Berdasarkan data umur yang telah di peroleh dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Umur Responden Masyarakat Desa Tanjong Kecamatan Bupun Kabupaten Luwu

No	Umur(tahun)	Jumlah orang	Presentase
1	14-20	29	28,71%
2	21-25	57	56,44%
3	26-30	11	10,89%
4	31-35	4	3,96%
Jumlah		101	100,00%

Sumber: Data primer Desa Tanjong, setelah diolah (2023)

Tabel 4.2 menunjukkan terdapat 101 responden yang dimana 29 orang yang berumur 14-20 tahun dengan presentase 28,71%, 57 orang berumur 21-25 tahun dengan presentase 56,44%, 11 orang berumur 26-30 tahun dengan presentase 10,89%, dan 4 orang yang berumur 31-35 tahun dengan presentase

3,96%. Dari data tersebut diketahui bahwa yang mendominasi menggunakan *podcast* pada aplikasi *spotify* yaitu generasi muda berusia 21-25 tahun.

b. Jenis kelamin

Responden pada penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut merupakan data berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.3. Jenis kelamin Responden Masyarakat Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu

Jenis kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Laki-laki	58	57,43%
Perempuan	43	42,57%
Jumlah	101	100,00%

Sumber: Data primer Desa Tanjong, setelah diolah (2023)

Tabel 4.3 menunjukkan terdapat 58 orang yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 57,43%. Sedangkan 43 orang yang berjenis kelamin perempuan dengan presentase 42,57%. Dari data tersebut diketahui yang mendominasi menggunakan *podcast* pada *spotify* yaitu laki-laki.

4. Deskripsi Hasil Penelitian

a. ***Gratification Sought* (Motif/kepuasan yang dicari)**

Variabel *Gratification Sought* dengan dimensi meliputi Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, serta Motif Hiburan dijabarkan menjadi 9 indikator dan 18 pernyataan.

1) Motif Informasi

Tabel 4.4 Motif Informasi

No	Pernyataan	TANGGAPAN									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i>	6	5,94%	5	4,95%	11	10,89%	27	26,73%	52	51,49%
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> , untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang dibahas	6	5,94%	8	7,92%	15	14,85%	41	40,59%	31	30,69%
3	Saya mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	4	3,96%	7	6,93%	18	17,82%	38	37,62%	34	33,66%
4	Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di <i>podcast</i> , saya ingin menambahkan pengetahuan pada diri saya	2	1,98%	7	6,93%	14	13,86%	32	31,68%	46	45,54%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.4 menunjukkan pada pernyataan pertama, Saya mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 5

responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 11 responden (10,89%), Setuju (S) 29 responden (26,73%), dan Sangat Setuju (SS) 52 responden (51,49%).

Pernyataan kedua, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify*, untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbuan dari tema yang dibahas, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 8 responden (7,92%), Ragu-Ragu (RR) 15 responden (14,85%), Setuju (S) 41 responden (40,59%) dan Sangat Setuju (SS) 31 responden (30,69%).

Pernyataan ketiga, Saya mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 18 responden (17,82%), Setuju (S) 38 responden (37,62%), dan Sangat Setuju (SS) 34 responden (33,66%).

Pernyataan keempat, Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di *podcast*, saya ingin menambahkan pengetahuan pada diri saya, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 14 responden (13,86%), Setuju (S) 32 responden (31,68%), dan Sangat Setuju (SS) 46 responden (45,54%).

2) Motif Identitas Pribadi

Tabel 4.5 Motif Identitas Pribadi

No	Pernyataan	TANGGAPAN									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Dengan mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya mencari tahu informasi dan memecahkan ingin memecahkan masalah dibidang apapun.	8	7,92%	9	8,91%	21	20,79%	33	32,67%	30	29,70%
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang dan sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.	4	3,96%	5	4,95%	21	20,79%	36	35,64%	35	34,65%
3	Saya menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain mengenai tema yang diangkat.	4	3,96%	5	4,95%	15	14,85%	35	34,65%	42	41,58%
4	Saya mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa.	4	3,96%	9	8,91%	12	11,88%	40	39,60%	36	35,64%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.5 menunjukkan pada pernyataan pertama, Dengan mendengarkan /menyaksikan *podcast* pada *spotify* saya mencari tahu informasi dan memecahkan ingin memecahkan masalah dibidang apapun, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 8 responden (7,92%), Tidak Setuju (TS) 9

responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 21 responden (20,79%), Setuju (S) 33 responden (32,67%), dan Sangat Setuju (SS) 30 responden (29,70%).

Pernyataan kedua, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify* untuk menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang dan sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 5 responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 21 responden (20,79%), Setuju (S) 36 responden (35,64%), dan Sangat Setuju (SS) 35 responden (34,65%).

Pernyataan ketiga, Saya menyaksikan *podcast* pada *spotify* untuk menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain mengenai tema yang diangkat, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 5 responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 15 responden (14,85%), Setuju (S) 35 responden (34,65%), dan Sangat Setuju (SS) 42 responden (41,58%).

Pernyataan keempat, Saya mendengarkan/menyaksikan *podcast* pada *spotify* untuk lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 9 responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 12 responden (11,88%), Setuju (S) 40 responden (39,60%), dan Sangat Setuju (SS) 36 responden (35,64%).

3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Tabel 4.6 Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

No	Pernyataan	TANGGAPAN									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya mengaplikasikan pengetahuan yang saya dapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	6	5,94%	6	5,94%	14	13,86%	42	41,58%	33	32,67%
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk memperoleh pengetahuan dan berempati pada keadaan orang lain di sekitar	3	2,97%	7	6,93%	16	15,84%	35	34,65%	40	39,60%
3	Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya ingin mencari bahan percakapan dan berinteraksi sosial dengan orang sekitar.	4	3,96%	6	5,94%	15	14,85%	38	37,62	38	37,62
4	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> dengan berbagai untuk mengetahui apa yang saya bisa lakukan di lingkungan saya,terkait dengan tema yang sedang diangkat	0	0%	7	6,93%	11	10,89%	48	47,52%	35	34,65%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.6 menunjukkan pada pernyataan pertama, Saya mengaplikasikan pengetahuan yang saya dapat dari mendengarkan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 14 responden (13,86%), Setuju (S) 42 responden (41,58%), dan Sangat Setuju (SS) 33 responden (32,67%).

Pernyataan kedua, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* untuk memperoleh pengetahuan dan berempati pada keadaan orang lain di sekitar, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 responden (2,97%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 35 responden (34,65%), dan Sangat Setuju (SS) 40 responden (39,60%).

Pernyataan ketiga, Dengan mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify* saya ingin mencari bahan percekapan dan berinteraksi sosial dengan orang sekitar, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 15 responden (14,85%), Setuju (S) 38 responden (37,62%), dan Sangat Setuju (SS) 38 responden (37,62%).

Pernyataan keempat, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* dengan berbagai untuk mengetahui apa yang saya bisa lakukan di lingkungan saya, terkait dengan tema yang sedang diangkat, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 0 responden (0%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 11 responden (10,89%), Setuju (S) 48 responden (47,52%), dan Sangat Setuju (SS) 35 responden (34,65%).

4) Motif Hiburan

Tabel 4.7 Motif Hiburan

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> membuat saya bisa melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi	6	5,94%	8	7,92%	15	14,85%	31	30,69%	41	40,59%
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk melepas rasa penat yang ada	4	3,96%	5	4,95%	26	25,74%	27	26,73%	39	38,61%
3	Saya mengisi waktu luang dengan bersantai serta penalaran emosi dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	4	3,96%	9	8,91%	19	18,81%	30	29,70%	39	38,61%
4	Saya mendengarkan <i>podcast</i> untuk melepaskan beban emosi (kemarahan, kesedihan, stress).	5	4,95%	9	8,91%	23	22,77%	30	29,70%	34	33,66%
5	Saya ingin mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	10	9,90%	6	5,94%	19	18,81%	38	37,62%	28	27,72%
6	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk mendapatkan kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber	5	4,95%	7	6,93%	20	19,80%	35	34,65%	34	33,66%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.7 menunjukkan pada pernyataan pertama, Mendengarkan *podcast* pada *spotify* membuat saya bisa melepaskan sejenak beban masalah yang

dihadapi, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 8 responden (7,92%), Ragu-Ragu (RR) 15 responden (14,85%), Setuju (S) 31 responden (30,69%), dan Sangat Setuju (SS) 41 responden (40,59%).

Pernyataan kedua, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* untuk melepas rasa penat yang ada, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 5 responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 26 responden (25,74%), Setuju (S) 27 responden (26,73%), dan Sangat Setuju (SS) 39 responden (38,61%).

Pernyataan ketiga, Saya mengisi waktu luang dengan bersantai serta penalaran emosi dengan mendengarkan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 9 responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 19 responden (18,81%), Setuju (S) 28 responden (29,70%), dan Sangat Setuju (SS) 39 responden (38,61%).

Pernyataan keempat, Saya mendengarkan *podcast* untuk melepaskan beban emosi (kemarahan, kesedihan, stress), responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden (4,95%), Tidak Setuju (TS) 9 responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 23 responden (22,77%), Setuju (S) 30 responden (29,70%), dan Sangat Setuju (SS) 34 responden (33,66%).

Pernyataan kelima, Saya ingin mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 10 responden (9,90%), Tidak Setuju (TS) 6

responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 19 responden (18,81%), Setuju (S) 38 responden (37,62%), dan Sangat Setuju (SS) 28 responden (27,72%).

Pernyataan keenam, Saya menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify* untuk mendapatkan kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden (4,95%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 20 responden (19,80%), Setuju (S) 35 responden (34,65%), dan Sangat Setuju (SS) 34 responden (33,66%).

b. *Gratification Obtained* (Kepuasan yang di peroleh)

Variabel *Gratification Obtained* dengan dimensi meliputi Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Pribadi, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, serta Kepuasan Hiburan dijabarkan menjadi 9 indikator dan 18 pernyataan.

1) Kepuasan Informasi

Tabel 4.8 kepuasan Informasi

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Setelah menyaksikan /mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya dapat mengetahui informasi terupdate yang terjadi di masyarakat yang mampu menambah pengetahuan dan wawasan saya	4	3,96%	6	5,94%	14	13,86%	38	37,62%	39	38,61%
2	Setelah saya mendengarkan <i>podcast</i> , saya mendapatkan	2	1,98%	9	8,91%	17	16,83%	39	38,61%	34	33,66%

	jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang diangkat										
3	Saya menemukan informasi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	2	1,98%	7	6,93%	19	18,81%	42	41,58%	31	30,69%
4	Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di program <i>podcast</i> , saya dapat menambahkan pengetahuan pada diri saya	2	1,98%	10	9,90%	13	12,87%	34	33,66%	42	41,58%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.8 menunjukkan pada pernyataan pertama, Setelah menyaksikan /mendengarkan *podcast* pada *spotify*, saya dapat mengetahui informasi terupdate yang terjadi di masyarakat yang mampu menambah pengetahuan dan wawasan saya, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 14 responden (13,86%), Setuju (S) 38 responden (37,62%), dan Sangat Setuju (SS) 39 responden (38,61%).

Pernyataan kedua, Setelah saya mendengarkan *podcast*, saya mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang diangkat, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 9 responden 8,91(%), Ragu-Ragu (RR) 17 responden (16,83%), Setuju (S) 39 responden (38,61%), dan Sangat Setuju (SS) 34 responden (33,66%).

Pernyataan ketiga, Saya menemukan informasi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 19 responden (18,81%), Setuju (S) 42 responden (41,58%), dan Sangat Setuju (SS) 31 responden (30,69%).

Pernyataan keempat, Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di program *podcast*, saya dapat menambahkan pengetahuan pada diri saya, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 10 responden (9,90%), Ragu-Ragu (RR) 13 responden (12,87%), Setuju (S) 34 responden (33,66%), dan Sangat Setuju (SS) 42 responden (41,58%).

2) Kepuasan Identitas Pribadi

Tabel 4.9 Kepuasan Identitas Pribadi

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Dengan menggunakan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin saya ketahui	4	3,96%	6	5,94%	16	15,84%	41	40,59%	34	33,66%
2	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya dapat menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang sesuai dengan nilai-	6	5,94%	9	8,91%	13	12,87%	31	30,69%	42	41,58%

	nilai yang berlaku di masyarakat										
3	Saya dapat menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain setelah menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> sesuai dengan tema yang di ambil	4	3,96%	10	9,90%	16	15,84%	36	35,64%	35	34,65%
4	Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> dengan tema yang di dengarkan, Saya dapat lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa	5	4,95%	6	5,94%	18	17,82%	42	41,58%	30	29,70%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.9 menunjukkan pada pernyataan pertama, Dengan menggunakan *podcast* pada *spotify* saya menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin saya ketahui, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 41 responden (40,59%), dan Sangat Setuju (SS) 34 responden (33,66%).

Pernyataan kedua, Setelah menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify*, saya dapat menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 9 responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 13 responden (12,87%), Setuju (S) 31 responden (30,69%), dan Sangat Setuju (SS) 42 responden (41,58%).

Pernyataan ketiga, Saya dapat menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain setelah menyaksikan *podcast* pada *spotify* sesuai dengan tema yang di ambil, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 10 responden (9,90%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 36 responden (35,64%), dan Sangat Setuju (SS) 35 responden (34,65%).

Pernyataan keempat, Setelah mendengarkan *podcast* pada *spotify* dengan tema yang di dengarkan, Saya dapat lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden (4,95%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 18 responden (17,82%), Setuju (S) 42 responden (41,58%), dan Sangat Setuju (SS) 30 responden (29,70%).

3) Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Tabel 4.10 Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Saya dengan mudah mampu mengaplikasikan pengetahuan kepada orang lain yang didapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	3	2,97%	9	8,91%	16	15,84%	30	29,70%	43	42,57%
2	Saya memperoleh pengetahuan dan mudah berempati pada keadaan orang lain, setelah mendengarkan <i>podcast</i> mengenai tema yang	4	3,96%	8	7,92%	16	15,84%	38	37,62%	35	34,65%

	dibahas										
3	Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya mampu menemukan bahan percakapan dan mampu berinteraksi sosial dengan orang sekitar	5	4,95%	6	5,94%	10	9,90%	41	40,59%	39	38,61%
4	Setelah saya mendengarkan tema yang dibahas pada program <i>podcast</i> di <i>spotify</i> , saya dapat mengetahui apa yang bisa saya lakukan di lingkungan saya terkait dengan tema yang di bahas	5	4,95%	3	2,97%	13	12,87%	41	40,59%	39	38,61%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.10 menunjukkan pada pernyataan pertama, Saya dengan mudah mampu mengaplikasikan pengetahuan kepada orang lain yang didapat dari mendengarkan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 responden (2,97%), Tidak Setuju (TS) 9 responden (8,91%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 30 responden (29,70%), dan Sangat Setuju (SS) 43 responden (42,57%).

Pernyataan kedua, Saya memperoleh pengetahuan dan mudah berempati pada keadaan orang lain, setelah mendengarkan *podcast* mengenai tema yang dibahas, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 responden (3,96%), Tidak Setuju (TS) 8 responden (7,92%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 38 responden (37,62%), dan Sangat Setuju (SS) 35 responden (34,65%).

Pernyataan ketiga, Dengan mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify* saya mampu menemukan bahan percakapan dan mampu berinteraksi sosial

dengan orang sekitar, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden (4,95%), Tidak Setuju (TS) 6 responden (5,94%), Ragu-Ragu (RR) 10 responden (9,90%), Setuju (S) 41 responden (40,59%), dan Sangat Setuju (SS) 39 responden (38,61%).

Pernyataan keempat, Setelah saya mendengarkan tema yang dibahas pada program *podcast* di *spotify*, saya dapat mengetahui apa yang bisa saya lakukan di lingkungan saya terkait dengan tema yang di bahas, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden (4,95%), Tidak Setuju (TS) 3 responden (2,97%), Ragu-Ragu (RR) 13 responden (12,87%), Setuju (S) 41 responden (40,59%), dan Sangat Setuju (SS) 39 responden (38,61%).

4) Kepuasan Hiburan

Tabel 4.11 Kepuasan Hiburan

No	Pernyataan	Tanggapan									
		STS		TS		RN		S		SS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> mampu membuat saya melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi	2	1,98%	7	6,93%	25	24,75%	37	36,63%	30	29,70%
2	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> , saya mampu melepas rasa penat yang ada untuk sementara waktu	3	2,97%	12	11,88%	15	14,85%	44	43,56%	27	26,73%
3	Saya mampu mengisi waktu luang dengan bersantai serta penyaluran emosi dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	8	7,92%	5	4,95%	17	16,83%	40	39,60%	31	30,69%

4	Setelah mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> , saya mampu melepaskan beban	6	5,94%	10	9,90%	13	12,87%	36	35,64%	36	35,64%
5	Saya mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	3	2,97%	8	7,92%	16	15,84%	37	36,63%	37	36,63%
6	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya memperoleh kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber	2	1,98%	5	4,95%	19	18,81%	37	36,63%	38	37,62%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.11 menunjukkan pada pernyataan pertama, Setelah mendengarkan *podcast* pada *spotify* mampu membuat saya melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 7 responden (6,93%), Ragu-Ragu (RR) 25 responden (24,75%), Setuju (S) 37 responden (36,63%), dan Sangat Setuju (SS) 30 responden (29,70%).

Pernyataan kedua, Setelah menyaksikan/mendengarkan *podcast*, saya mampu melepas rasa penat yang ada untuk sementara waktu, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 responden (2,97%), Tidak Setuju (TS) 12 responden (11,88%), Ragu-Ragu (RR) 15 responden (14,85%), Setuju (S) 44 responden (43,56%), dan Sangat Setuju (SS) 27 responden (26,73%).

Pernyataan ketiga, Saya mampu mengisi waktu luang dengan bersantai serta penalaran emosi dengan mendengarkan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 8 responden

(7,92%), Tidak Setuju (TS) 5 responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 17 responden (16,83%), Setuju (S) 40 responden (39,60%), dan Sangat Setuju (SS) 31 responden (30,69%).

Pernyataan keempat, Setelah mendengarkan/menyaksikan *podcast*, saya mampu melepaskan beban, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 responden (5,94%), Tidak Setuju (TS) 10 responden (9,90%), Ragu-Ragu (RR) 13 responden (12,87%), Setuju (S) 36 responden (35,64%), dan Sangat Setuju (SS) 37 responden (36,63%).

Pernyataan kelima, Saya mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan *podcast* pada *spotify*, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 responden (2,97%), Tidak Setuju (TS) 8 responden (7,92%), Ragu-Ragu (RR) 16 responden (15,84%), Setuju (S) 37 responden (36,63%), dan Sangat Setuju (SS) 37 responden (36,63%).

Pernyataan keenam, Setelah menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify*, saya memperoleh kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber, responden memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden (1,98%), Tidak Setuju (TS) 5 responden (4,95%), Ragu-Ragu (RR) 19 responden (18,81%), Setuju (S) 37 responden (36,63%), dan Sangat Setuju (SS) 38 responden (37,62%).

5. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Kelayakan item pernyataan yang digunakan dapat diuji dengan melakukan uji validitas. Layaknya suatu item pernyataan dibuktikan dengan r_{hitung} yang

memiliki nilai lebih besar daripada r_{tabel} . Adapun 0,1966 adalah nilai r_{tabel} yang ditentukan berdasarkan taraf signifikansi 5% dengan $df (n-2) = 99$.

1) *Gratification Sought* (Motif/kepuasan yang dicari)

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Sought*

NO	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	0.549	0.1966	VALID
2	0.617	0.1966	VALID
3	0.715	0.1966	VALID
4	0.640	0.1966	VALID
5	0.660	0.1966	VALID
6	0.582	0.1966	VALID
7	0.682	0.1966	VALID
8	0.701	0.1966	VALID
9	0.678	0.1966	VALID
10	0.683	0.1966	VALID
11	0.710	0.1966	VALID
12	0.615	0.1966	VALID
13	0.648	0.1966	VALID
14	0.681	0.1966	VALID
15	0.760	0.1966	VALID
16	0.669	0.1966	VALID
17	0.728	0.1966	VALID
18	0.691	0.1966	VALID

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, mengatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.1966.

jadi, kesimpulannya bahwa variabel *gratification sought* dikatakan valid.

2) Uji *Gratification Obtained* (Kepuasan di peroleh)

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Obtained*

NO	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	0.637	0.1966	VALID
2	0.691	0.1966	VALID
3	0.765	0.1966	VALID
4	0.764	0.1966	VALID
5	0.566	0.1966	VALID
6	0.718	0.1966	VALID
7	0.736	0.1966	VALID
8	0.818	0.1966	VALID
9	0.650	0.1966	VALID
10	0.724	0.1966	VALID
11	0.645	0.1966	VALID
12	0.657	0.1966	VALID
13	0.703	0.1966	VALID
14	0.681	0.1966	VALID
15	0.766	0.1966	VALID
16	0.758	0.1966	VALID
17	0.712	0.1966	VALID
18	0.669	0.1966	VALID

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, mengatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.1966. jadi, kesimpulannya bahwa variabel *gratification obtained* dikatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Uji ini diperlukan dalam penelitian dengan tujuan menilai suatu alat ukur berupa kuesioner memiliki hasil yang sama atau konsisten meskipun digunakan berulang disebut uji reliabilitas. Nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 membuktikan alat ukur yang digunakan reliabel.

1) *Gratification sought* (Motif/kepuasan yang dicari)

Tabel 4.14 uji realibilitas *gratification sought*

Cronbach's alpha	N of items
0.926	18

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Berdasarkan dari tabel 4.14 diatas, menyatakan bahwa cronbach's alpha pada variabel *gratification sought* sebesar $0.926 > 0.60$. Hal ini dapat disimpulkan item pada variabel *gratification sought* dinyatakan reliabel dan memenuhi kriteria.

2) *Gratification Obtained* (Kepuasan yang di peroleh)

Tabel 4.15 Uji realibilitas *gratification obtained*

Cronbach's alpha	N of items
0.940	18

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Berdasarkan dari tabel 4.15 diatas, menyatakan bahwa cronbach's alpha pada variabel *gratification obtained* sebesar $0.940 > 0.60$. Hal ini dapat disimpulkan item pada variabel *gratification obtained* dinyatakan reliabel dan memenuhi kriteria.

6. Uji Mean

a. Mean *Gratification Sought* (Kepuasan yang dicari/motif)

Peneliti menggunakan rumus untuk mencari Mean setiap indikator *Gratification Sought* (Motif) dengan menggunakan rumus yang telah di tetapkan yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata

$\sum_{i=1}^n Xi$ = jumlah seluruh nilai data

N = jumlah seluruh pernyataan setiap indikator

1) Mean dan Respon terhadap motif informasi

Hasil uji Mean terhadap Motif Informasi dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.16

Tabel 4.16

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GS1	4	386,00	417,00	403,2500	15,64981
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.17

NO	PERNYATAAN	SKOR	RANK
1	Saya mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> .	417	1
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> , untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang dibahas.	386	4
3	Saya mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	394	3
4	Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di <i>podcast</i> , saya ingin menambahkan pengetahuan pada diri saya	416	2
JUMLAH		1.613	
$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{N} = \frac{1.613}{4} = 403,25$			

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dari dimensi motif informasi memiliki rata-rata 403,25 yang dimana sesuai dengan hasil uji mean pada program SPSS di tabel 4.16. Dapat kita lihat tabel 4.17 pada dimensi motif informasi ini yang paling responden harapkan ingin mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk

menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify*. Selain itu, responden ingin menambahkan pengetahuan pada dirinya sendiri melalui presenter-presenter yang memimpin program *podcast* pada aplikasi *spotify*. Hal ini di karenakan dalam *podcast* berisi berbagai informasi mengenai dunia luar, dan sebagainya, yang dibawakan presenter-presenter hebat. Setelah memiliki motif untuk mencari informasi yang terupdate serta menambah wawasan dari pengalaman presenter-presenter, maka dari itu responden ingin mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga responden bisa mendapatkan jawaban bila mendapatkan masalah yang sama dari pengetahuan, masukan, himauan sesuai tema yang di angkat.

Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dari dimensi motif informasi, responden berharap mengetahui informasi yang terupdate di masyarakat serta wawasan dan pengetahuan tentang kehidupan sehari- hari dengan mendengarkan/menonton *podcast* pada aplikasi *spotify* tersebut.

2) Mean dan respon Motif identitas pribadi

Hasil uji mean terhadap Motif Identitas Pribadi dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.18.

Tabel 4.18

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GS2	4	371,00	409,00	393,5000	16,05200
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.19

NO	Pernyataan	Skor	Rank
1	Dengan mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya mencari tahu informasi dan memecahkan dan ingin memecahkan masalah dibidang apapun	371	4
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang dan sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.	396	3
3	Saya menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain mengenai tema yang diangkat.	409	1
4	Saya mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa.	398	2
JUMLAH		1.574	
$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{1.574}{4} = 393,5$			

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi motif identitas pribadi memiliki rata-rata 393,5 yang dimana sesuai pada uji mean dengan SPSS pada tabel 4.18. Dapat kita lihat tabel 4.19 dari dimensi identitas pribadi ini bahwa yang paling

diharapkan responden dalam mendengarkan/ menyaksikan *podcast* pada *spotify* adalah ingin menyesuaikan pemahaman pribadi dengan pemahaman orang lain mengenai berbagai tema yang di angkat. kemudian responden ingin lebih memhami bagaimana dia bersikap akan suatu peristiwa.maka dari itu responden ingin menemukan nilai-nilai atau prinsip yang dia pegang apakah sesuai dengan nilai yang berlaku, kemudian mengkaji informasi serta berbagai masalah-masalah yang ada pada bidang sehingga ingin memecahkannya.

Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi motif pribadi adalah, responden berharap mampu menyesuaikan pemahaman pribadinya dengan pemahaman orang lain misalnya cara dia bersikap ingin sesuai dengan nilai/prinsip yang berlaku dalam menyelesaikan berbagai masalah di bidang apapun itu.

3) Mean dan respon terhadap Motif integrasi dan interaksi sosial

Hasil uji Mean terhadap Motif Integrasi dan Interaksi Sosial dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.20.

Tabel 4.20

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GS3	4	382,00	414,00	398,5000	13,96424
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.21

No	Pernyataan	Skor	Rank
1	Saya ingin mengaplikasikan pengetahuan yang saya dapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	393	3
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk memperoleh pengetahuan dan berempati pada keadaan orang lain di sekitar	405	2
3	Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya ingin mencari bahan percekapan dan berinteraksi sosial dengan orang sekitar	382	4
4	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> dengan berbagai untuk mengetahui apa yang saya bisa lakukan di lingkungan saya,terkait dengan tema yang sedang diangkat	414	1
JUMLAH		1.594	
$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{N} = \frac{1.594}{4} = 398,5$			

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada dimensi motif integrasi dan interaksi sosial memiliki rata-rata 398,5 yang dimana sesuai dengan hasil uji Mean program SPSS pada tabel 4.20. Dari tabel 4.21 dimensi motif integrasi dan interaksi sosial yang paling diharapkan adalah mengetahui apa yang bisa dia

lakukan sekitarnya terkait dengan tema yang diangkat. Dengan menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify*, responden ingin memperoleh pengetahuan dan berempati kepada keadaan orang lain. Kemudian responden ingin mengaplikasikan pengetahuannya serta ingin mencari bahan percekapan dan berinteraksi sosial dengan orang sekitar.

Sesuai dengan asumsi yang mendasari teori *Uses and Gratification*, yaitu khalayak merupakan sekelompok konsumen yang aktif dan secara sadar menggunakan media sepengaruh dengan pemenuhan kebutuhan personal maupun kebutuhan sosial yang diubah menjadi motif-motif tertentu. Sesuai dengan teori kebutuhan pribadi menurut Katz, Gurevitch, dan Hans, kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penguasaan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.

4) Mean dan respon terhadap Motif hiburan

Hasil uji Mean terhadap Motif Hiburan dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.22.

Tabel 4.22

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GS4	6	371,00	396,00	387,8333	9,74508
Valid N (listwise)	6				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.23

No	Pernyataan	Skor	Rank
1	Mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> membuat saya bisa melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi.	396	1
2	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk melepas rasa penat yang ada.	395	2
3	Saya mengisi waktu luang dengan bersantai dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	394	3
4	Saya mendengarkan <i>podcast</i> untuk melepaskan beban emosi(kemarahan,kesedihan,stress).	382	5
5	Saya ingin mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	371	6
6	Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk mendapatkan kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber.	389	4
JUMLAH		2.327	

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{N} = \frac{2.327}{6} = 387,83$$

Sumber: Data diolah, 2023

Bersasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada dimensi motif hiburan memiliki rata-rata 387,83 yang dimana sesuai dengan hasil uji mean program

SPSS pada tabel 4.22. Dari tabel 4.23, dimensi motif hiburan yang paling diharapkan responden adalah ingin melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi serta melepas rasa penat. Responden juga mendengarkan/ menyaksikan *podcast* karena ingin mengisi waktu luang serta penyaluran beban emosi (marah, kesedihan, stres). Responden menyaksikan *podcast* sebagai kenikmatan jiwa dan estetis yaitu ingin mendapatkan kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang disampaikan narasumber serta ingin mendapatkan ketenangan batin.

b. Mean *Gratification Obtained* (Kepuasan yang diperoleh)

Peneliti menggunakan rumus untuk mencari Mean setiap indikator *Gratification Sought* (Motif) dengan menggunakan rumus yang telah ditetapkan yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata

$\sum_{i=1}^n Xi$ = jumlah seluruh nilai data

N = jumlah seluruh pernyataan setiap indikator

1) Mean dan respon terhadap Kepuasan informasi

Hasil uji mean terhadap kepuasan informasi menggunakan program SPSS di tunjukkan pada tabel 4. 24.

Tabel 4.24

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GO1	4	396,00	407,00	401,2500	5,56028
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS 20, 2023

Tabel 4.25

No	Pernyataan	Skor	Rank
1	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya dapat mengetahui informasi terupdate yang terjadi di masyarakat yang mampu menambah pengetahuan dan wawasan saya.	405	1
2	Setelah saya mendengarkan <i>podcast</i> , saya mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang diangkat	397	2
3	Saya menemukan informasi yang berhubungan dengan kehidupan sehari- hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	396	3
4	Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di program <i>podcast</i> , saya dapat menambahkan pengetahuan pada diri saya.	407	1
JUMLAH		1.605	
		$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{1.605}{4} = 401,25$	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi kepuasan informasi ini memiliki rata-rata 401,7 yang dimana sesuai dengan uji Mean program SPSS pada tabel 4.24. Dari tabel 4.25 dimensi kepuasan informasi tersebut dapat disimpulkan

bahwa responden mendapatkan kepuasan informasi seputar informasi yang terupdate yang menambah wawasan dan pengetahuan. Dalam setiap unggahan *podcast* pada *spotify*, setiap presenter yang membawakan program tersebut memberikan kesan baik pada responden. Responden banyak mendapatkan pengetahuan, imbauan, masukan dari jawaban-jawaban tema yang diangkat. Dari jawaban tema yang di angkat tersebut responden juga mendapatkan informasi-informasi yang berhubungan dengan kehidupan sekitar.

2) Mean dan respon terhadap Kepuasan identitas pribadi

Hasil uji Mean terhadap Kepuasan Identitas Pribadi dengan Program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.26

Tabel 4.26

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GO2	4	389,00	398,00	393,7500	4,42531
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.27

NO	PERNYATAAN	SKOR	RANK
1	Dengan menggunakan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin saya ketahui.	398	1
2	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya dapat menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.	397	2

3	Saya dapat menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain setelah menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> sesuai dengan tema yang di ambil.	391	3
4	Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> dengan tema yang di dengarkan, Saya dapat lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa	389	4
JUMLAH		1.575	
$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{1.575}{4} = 393,75$			

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi kepuasan identitas pribadi memiliki rata-rata 393,75 yang dimana sesuai Uji Mean dengan program SPSS pada tabel 4.26. Dari tabel 4.27 dimensi kepuasan identitas pribadi dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan *podcast spotify* responden mampu menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin diketahui. Dan adapun kepuasan yang lain juga responden dapatkan dengan menyaksikan *podcast* di aplikasi *spotify*, dia mampu menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang dia pegang selama ini apakah sudah sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, mampu menyesuaikan pemahamannya dengan pemahaman orang lain, serta responden juga mampu bersikap sesuai dengan peristiwa yang dialami.

3) Mean dan respon terhadap Kepuasan integrasi dan interaksi sosial

Hasil uji Mean terhadap Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.28.

Tabel 4.28

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
G03	4	395,00	409,00	403,5000	6,02771
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4. 29

NO	PERNYATAAN	SKOR	RANK
1	Saya dengan mudah mampu mengaplikasikan pengetahuan kepada orang lain yang didapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .	404	3
2	Saya memperoleh pengetahuan dan mudah berempati pada keadaan orang lain, setelah mendengarkan <i>podcast</i> mengenai tema yang dibahas.	395	4
3	Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya mampu menemukan bahan percakapan dan mampu berinteraksi sosial dengan orang sekitar.	406	2
4	Setelah saya mendengarkan tema yang dibahas pada program <i>podcast</i> di <i>spotify</i> , saya dapat mengetahui apa yang bisa saya lakukan	409	1

di lingkungan saya terkait dengan tema yang

di bahas

JUMLAH	1.614
--------	-------

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{1.614}{4} = 403,5$$

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, pada dimensi kepuasan integrasi dan interaksi sosial memiliki nilai rata-rata 403,5 yang dimana sesuai dengan uji Mean prgogram SPSS pada tabel 4.28. Dapat kita lihat pada tabel 4.29, dimensi kepuasan integrasi dan interaksi sosial, responden menemukan kepuasan paling tertinggi bahwa responden mampu mengetahui apa yang bisa dia lakukan terhadap di sekitar lingkungannya, dia mampu berinteraksi dengan orang sekitarnya dengan banyaknya bahan percakapan. Adapun kepuasan yang lainnya didapatkan responden setelah menyaksikan/ mendengarkan *podcast* pada aplikasi *spotify* yaitu mampu mengaplikasikan pengetahuannya kepada orang lain, dan mudah berempati kepada orang lain.

4) Mean dan respon terhadap Kepuasan Hiburan

Hasil uji Mean terhadap Kepuasan Hiburan dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.30.

Tabel 4.30

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GO4	6	383,00	407,00	392,0000	9,50789
Valid N (listwise)	6				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.31

NO	PERNYATAAN	SKOR	RANK
1	Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> mampu membuat saya melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi.	389	3
2	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> , saya mampu melepas rasa penat yang ada untuk sementara waktu.	383	5
3	Saya mampu mengisi waktu luang dengan bersantai serta penalaran emosi dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	384	4
4	Setelah mendengar/menyaksikan <i>podcast</i> , saya mampu melepaskan beban emosi(kemarahan, kesedihan, stress).	389	3
5	Saya mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>	400	2
6	Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya memperoleh kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber	407	1
JUMLAH		2.352	

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{N} = \frac{2.352}{6} = 392$$

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dimensi kepuasan hiburan memiliki nilai rata-rata yaitu 392 yang dimana sesuai dengan Uji Mean program SPSS pada tabel 4.30. Dari tabel 4.31, dimensi kepuasan hiburan tersebut dapat dilihat bahwa responden mendapatkan kepuasan yang tertinggi pada saat menyaksikan/mendengarkan *podcast* pada *spotify* yaitu memperoleh kesenangan dari keindahan dan kebudayaan budaya yang disampaikan para narasumber. Selain itu responden juga mendapatkan kepuasan lainnya seperti mendapatkan ketenangan batin serta mampu membuat dia mampu menyelesaikan beban masalah. Responden juga mampu menalurkan emosinya, mengenai beban emosi seperti (kesedihan, kemarahan, serta lainnya) yang dia hadapi. Menyaksikan/ mendengarkan *podcast* pada *spotify*, menurut responden yaitu mampu melepas rasa penat yang dirasakan secara sementara.

c) Mean akhir *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

1) Hasil uji mean Keseluruhan skor indikator *Gratification Sought* dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.32.

Tabel 4.32

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
gratification.Sought	4	1574,00	2327,00	1777,0000	367,01226
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.33

Variabel	No	Indikator	Skor	Rata-rata	Ranking
MOTIF	1	Motif Informasi	1.613	403,25	1
	2	Motif Identitas Pribadi	1.574	393,5	3
	3	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	1.594	398,5	2
	4	Motif Hiburan	2.327	387,5	4
Jumlah			7.108	1.582,75	
$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{7.108}{4} = 1.777$					

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas rata-rata skor keseluruhan indikator *Gratification Sought* yaitu 1.777 yang dimana hasil tersebut sesuai dengan uji Mean pada program SPSS ditabel 4.32. pada tabel 4.33 dapat disimpulkan bahwa motif informasi menempati kedudukan ranking 1 dengan perolehan rata-rata 403,25. Kemudian rangking 2 diduduki oleh motif integrasi dan interaksi sosial dengan nilai rata-rata 398,5. Selain itu motif identitas pribadi menduduki rangking 3 dengan perolehan rata-rata 393,5. Dan yang berada pada rangking terakhir yaitu rangking 4 adalah Motif Hiburan dengan perolehan nilai rata-rata 387,75. Dengan kata lain, yang mendorong pengguna *podcast* pada *spotify* pada *gratification Sought* ini adalah

keinginan mendapatkan atau memperoleh informasi, baik yang terjadi dilingkungan sekitar pengguna ataupun yang terjadi di dunia.

2) Hasil uji Mean dari keseluruhan jumlah skor indikator *Gratification Obtained* dengan program SPSS ditunjukkan pada tabel 4.34.

Tabel 4.34

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
gratification.Obtained	4	1575,00	2352,00	1786,5000	377,36852
Valid N (listwise)	4				

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.35 Kepuasan

Variabel	No	Indikator	Skor	Rata-Rata	Ranking
KEPUASAN	1	Kepuasan Informasi	1.605	401,75	2
	2	Kepuasan Identitas Pribadi	1.575	393,75	3
	3	Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	1.614	403,5	1
	4	Kepuasan Hiburan	2.352	392	4
Jumlah			7.146		

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N} = \frac{7.146}{4} = 1.786,5$$

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas rata-rata skor keseluruhan indikator *Gratification Obtained* yaitu 1.786,5 yang dimana hasil tersebut sesuai dengan uji Mean pada program SPSS ditabel 4.34. pada tabel 4.35 dapat disimpulkan bahwa Kepuasan integrasi dan interaksi sosial menempati kedudukan ranking 1 dengan perolehan rata-rata 403,5. Kemudian rangking 2 diduduki oleh kepuasan Informasi dengan nilai rata-rata 401,75. Selain itu motif identitas pribadi menduduki rangking 3 dengan perolehan rata-rata 393,75. Dan yang berada pada rangking terakhir yaitu rangking 4 adalah Motif Hiburan dengan perolehan nilai rata-rata 392. Dengan kata lain, yang didapatkan pengguna *podcast* pada *spotify* pada gratification Obatined ini adalah mendapatkan atau memperoleh bahan percakapan sehingga mampu menjalin hubungan yang baik dengan seseorang serta dengan mendengarkan *podcast* pengguna mampu berkegiatan di sekitar baik yang terjadi dilingkungan sekitar pengguna ataupun yang terjadi di dunia, serta mampu mengaplikasikan pengetahuan kepada orang lain (berempati).

d) Kesenjangan (GAP) *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

Tabel 4.36 Kesenjangan GAP

Variabel	Mean GS	Mean GO	GAP	Keterangan
Informasi	403,25	401,75	1,5	GS > GO
Identitas pribadi	393,5	393,75	-0,25	GS < GO
Integrasi dan interaksi sosial	398,5	403,5	-10	GS < GO
Hiburan	387,5	392	-4,5	GS < GO

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.36, kesenjangan (GAP) antara GS dengan GO, diatas terlihat kesenjangan dua variabel. Pada dimensi kepuasan informasi yang diharapkan generasi muda lebih tinggi dibandingkan kepuasan informasi yang diperoleh. Kemudian pada dimensi kepuasan identitas pribadi yang dicari generasi muda lebih rendah dibandingkan kepuasan identitas pribadi yang diperoleh. Dan juga pada dimensi kepuasan integrasi dan interaksi sosial yang diperoleh lebih rendah daripada kepuasan integrasi dan interaksi sosial yang diperoleh. Serta pada dimensi kepuasan hiburan yang dicari juga lebih rendah dibanding kepuasan hiburan yang diperoleh.

7. Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk menguji adanya pengaruh secara parsial variabel *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh). Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, artinya ada pengaruh yang signifikan. Penentuan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% yaitu:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (a/2;df=n-k) \\ &= (0,05/2;4-2) \\ &= (0,025;2) \end{aligned}$$

Tabel 4.37

Paired Samples Statistics					
	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Pair 1	Gratification.Obtained	1786,5000	4	377,36852	188,68426
	Gratification.Sought	1777,0000	4	367,01226	183,50613

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.38

Paired Samples Test

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Gratification.Sought - Gratification.Obtained	-9,50000	15,58846	7,79423	-34,30471	15,30471	-1,219	3	,310

Sumber: Data diolah di SPSS versi 20 (2023)

Tabel 4.38 menunjukkan angka dari t_{hitung} (-1,219) > t_{tabel} (2,920) maka H_0 ditolak, yang berarti ada perbedaan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Angka hasil uji t yang minus, menunjukkan bahwa perbedaan antara GS dan GO tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* generasi muda dalam menyaksikan *podcast* pada *spotify* yang dimana memiliki nilai rendah atau selisih angka yang kecil.

B. Pembahasan

Setiap generasi muda yang menggunakan social media tersebut tentu saja memiliki motif kebutuhan dan tingkat kepuasan yang berbeda-beda dalam menentukan jenis atau bentuk media guna memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, seperti yang diungkapkan oleh McQuail bahwa ada beberapa motif yang menyebabkan seseorang mengkonsumsi suatu media, yaitu : "Motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan". Penelitian ini dilakukan di Desa Tanjong, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu

dengan jumlah narasumber 101 orang dimana semuanya termasuk generasi muda yang menggunakan *podcast* pada *spotify*. Hasil penelitian kesenjangan kepuasan yang dicari (*Gratification Sought*) dengan Kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) dari pengguna *podcast* pada *spotify* dengan membandingkan kedua nilai rata-rata. Berikut hasil pembahasan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, yaitu:

a) Motif Informasi

Berdasarkan hasil uji mean dengan SPSS 20 motif informasi pada kepuasan *gratification sought* memperoleh nilai rata-rata 403,25 dan uji mean dengan SPSS 20 motif informasi pada kepuasan *gratification obtained* memperoleh rata-rata 401,75, kemudian pada uji kesenjangan yang telah dilakukan didapatkan hasil perbandingan 1,5. Yang dimana bahwa adanya kesenjangan antara dua variabel yaitu kepuasan *Gratification Sought* > Kepuasan *Gratification Obtained*. Artinya, terdapat perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh, yaitu kepuasan yang diperoleh lebih kecil daripada kepuasan yang dicari. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada motif informasi ini *podcast* pada *spotify* belum memenuhi kebutuhan informasi yaitu: Memperoleh informasi yang terupdate saat ini di sekitar, yang dimana informasi tersebut menambah wawasan dan pengetahuan.

Hal ini pula sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismawaty, Arie Frasetio, dan Sangra Juliono Prakarsa di tahun 2016 yang menunjukkan bahwa di internet ketersediaan sumber-sumber informasi semakin melimpah dan bisa mudah diperoleh hanya dengan sekali akses, jelas merupakan

faktor yang sangat mendorong seseorang menggunakan internet dalam kegiatan akademis mereka.

Serta penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ni Kadek Dilla Sugiantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ade Devia Pradipta di tahun 2021, dimana Pada motif informasi, responden dapat mendapatkan kepuasan dalam hal memperoleh informasi dengan cara baru dengan mendengarkan *podcast* melalui *spotify* dan mendengarkan *podcast* melalui *spotify* dianggap memberikan referensi dalam mengambil keputusan.

Dari uraian diatas dinyatakan bahwa *podcast* pada *spotify* diharapkan selalu terkoneksi dengan informasi-informasi luar atau informasi-informasi terupdate agar media informasi *podcast* pada *spotify* tersebut dapat memuaskan kepuasan penggunaannya. Apabila narasumber pada acara *podcast* mengangkat tema yang terupdate, yang terjadi sekarang ini seperti misalnya tentang edukasi atau pengetahuan (belajar berbahasa asing, buku-buku inspiratif, dan lainnya), berita dan politik (penggelapan pajak, sikap apatis para generasi muda, dan lainnya), komunitas (wawancara dengan komunitas Agus Agus Bersaudara atau AAB), dan tema lainnya maka kepuasan pengguna akan terpuaskan. Begitupun sebaliknya, ketika narasumber menyiarkan informasi yang bisa dikatakan tidak menarik dan sudah tidak terupdate maka kepuasan pengguna yang diperoleh tidak memuaskan.

Kaitan antara teori *uses and gratification* dan motif informasi bahwa teori ini lebih menekankan pada generasi muda media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media, artinya generasi muda aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam

usaha memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini adalah kebutuhan akan pengetahuan yang terdapat dalam motif informasi. Generasi muda memilih jejaring sosial *podcast* pada *spotify* karena komunikasinya bersifat dua arah, sehingga pengetahuan atau pesan yang ia dapat bersifat keseluruhan walaupun ia merasa tidak puas terhadap informasi yang didapat. Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch (Baran & Davis : 241) menjelaskan adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media yaitu, situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.

b) Motif Identitas Pribadi

Berdasarkan hasil uji mean dengan SPSS 20 motif identitas pribadi pada kepuasan *gratification sought* memperoleh nilai rata-rata 393,5 dan uji mean dengan SPSS 20 motif identitas pribadi pada kepuasan *gratification obtained* memperoleh rata-rata 393,75, kemudian pada uji kesenjangan yang telah dilakukan didapatkan hasil perbandingan -0,25. Yang dimana bahwa adanya kesenjangan antara dua variabel yaitu kepuasan *Gratification Sought* < Kepuasan *Gratification Obtained*. Artinya, terdapat perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh, yaitu kepuasan yang diperoleh lebih besar daripada kepuasan yang dicari. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada motif identitas pribadi ini *podcast* pada *spotify* sudah memenuhi kepuasan pribadi pengguna yaitu: mampu mendapatkan penunjang nilai-nilai pribadi serta pemahaman tentang diri sendiri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismawaty, Arie Frasetio, dan Sangra Juliono Prakarsa di tahun 2016, dimana

pada motif identitas pribadi, mengatakan bahwa hal tersebut mengindikasikan bahwa sosial media juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh nilai-nilai yang dapat menunjang identitas pribadi, seperti pemenuhan kebutuhan akan pengetahuan dan pemahaman pengguna itu sendiri.

Dari uraian diatas dinyatakan bahwa *podcast* pada *spotify* diharapkan untuk menyajikan topik-topik yang mampu mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, dan nilai seseorang, topiknya misalnya tentang tayangan berita kriminal yang marak terjadi di generasi muda, mereka mendapatkan berita yang berhubungan dengan pribadi generasi muda sekarang ini jadi secara tidak langsung tayangan tersebut membuat pengguna mampu menilai diri mereka sendiri maka dari itu kepuasan yang mereka peroleh itu dapat terpuaskan. Begitupun sebaliknya, ketika tayangan *podcast* tidak mampu membuat pengguna menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, model perilaku atau tidak mampu meningkatkan pemahaman sendiri maka kepuasan pada identitas pribadi ini tidak dapat memuaskan kepuasan yang diperoleh pengguna.

Kaitan antar teori *uses and gratification* dan motif identitas pribadi bahwa teori ini menjelaskan adanya situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui media. Penguatan diri bisa didapat melalui media, dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media *podcast* pada *spotify*.

c) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Berdasarkan hasil uji mean dengan SPSS 20 motif integrasi dan interaksi sosial kepuasan pada *gratification sought* memperoleh nilai rata-rata 398,5 dan uji mean dengan SPSS 20 motif integrasi dan interaksi sosial pada kepuasan *gratification obtained* memperoleh rata-rata 403,5, kemudian pada uji kesenjangan yang telah dilakukan didapatkan hasil perbandingan -10. Yang dimana bahwa adanya kesenjangan antara dua variabel yaitu kepuasan *Gratification Sought* < Kepuasan *Gratification Obtained*. Artinya, terdapat perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh, yaitu kepuasan yang diperoleh lebih besar daripada kepuasan yang dicari. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada motif integrasi dan interaksi sosial ini *podcast* pada *spotify* sudah memenuhi kepuasan sosial pengguna yaitu: memperoleh pengetahuan tentang empati sosial serta mampu menemukan bahan percakapan interaksi sosial.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Dilla Sugiantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ade Devia Pradipta di tahun 2021, dimana pada motif integrasi dan interaksi sosial menyatakan bahwa semakin banyak mendengarkan/menyaksikan *podcast* maka penggemar dengan mudah mengenali orang baru serta mampu mengekspresikan diri secara bebas.

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa tingginya pencarian kepuasan integritas dan interaksi sosial pada generasi muda, dapat dipengaruhi karena kebutuhan ini memperkuat hubungan seseorang dengan siapa saja dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga pengguna dapat menemukan bahan

pembicaraan dengan orang lain dan menjalankan peran sosialnya sebagai masyarakat pada umumnya.

Kaitan antara teori *uses and gratifications* dan motif integrasi dan interaksi sosial, bahwa *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media, karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak untuk dirinya. Jejaring sosial *podcast* banyak digunakan oleh generasi muda di Desa Tanjong karena bisa digunakan untuk berkomunikasi, mencari informasi, berita dan sebagainya.

d) Motif Hiburan

Berdasarkan hasil uji mean dengan SPSS 20 motif hiburan pada kepuasan *gratification sought* memperoleh nilai rata-rata 387,5 dan uji mean dengan SPSS 20 motif hiburan pada kepuasan *gratification obtained* memperoleh rata-rata 392, kemudian pada uji kesenjangan yang telah dilakukan didapatkan hasil perbandingan -4,5. Yang dimana bahwa adanya kesenjangan antara dua variabel yaitu kepuasan *Gratification Sought* < Kepuasan *Gratification Obtained*. Artinya, terdapat perbedaan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh, yaitu kepuasan yang diperoleh lebih besar daripada kepuasan yang dicari. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada motif hiburan ini *podcast* pada

spotify sudah memenuhi kepuasan hiburan yaitu: bersantai dan mencari kenikmatan jiwa serta penyaluran emosi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismawaty, Arie Frasetio, dan Sangra Juliono Prakarsa di tahun 2016, kepuasan hiburan melalui penggunaan media akan banyak diperoleh dan ditemukan melalui penggunaan internet yang menyediakan ragam bentuk dan jenis hiburan seperti : Dengan memanfaatkan game server, seseorang dapat bermain game bersama lawan dari kota maupun negara lain melalui jaringan internet, internet dapat dijadikan sarana penyaluran bakat, hobbi, dan sebagainya, sehingga memungkinkan mahasiswa dapat melepaskan rasa bosan dan emosinya melalui penggunaan internet pada fasilitas-fasilitas internet.

Kemudian penelitian tersebut juga di dukung penelitian terdahulu yang penelitian tersebut dilakukan oleh Ni Kadek Dilla Sugiantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ade Devia Pradipta di tahun 2021, menunjukkan bahwa pada motif hiburan (*entertainment*), berbicara mengenai motivasi seseorang mengonsumsi media dengan tujuan untuk mencari kesenangan dan melepaskan ketegangan, pada ada penelitian ini menunjukkan motif hiburan yang terpuaskan adalah dalam hal memperoleh rasa suka atau senang ketika mendengarkan *podcast* melalui *spotify*

Dari uraian diatas dinyatakan bahwa *podcast* pada *spotify* cukup memberikan kepuasan pada penggunanya akan suatu topik-topik yang di angkat. Maka dari itu *podcast* diharapkan banyak-banyak mengangkat topik yang cukup

memberikan hiburan kepada para pengguna agar kepuasan yang diperoleh pengguna merasa terpuaskan.

Sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa seseorang bebas memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau media yang digunakan untuk bersenang-senang, maka dijelaskan bahwa penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs : 212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati. Sejuah orang menjadwalkan penggunaan media sehari-hari, interaksi dengan media membutuhkan ritme dan tempo tersendiri. Misalnya mengakses *podcast* pada *spotify* untuk mencurahkan suasana hati baik saat merasa senang, sedih, ataupun marah di status sehingga perasaan emosi itu bisa disalurkan.

e) Secara Keseluruhan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

Dari perbandingan keseluruhan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* tersebut peneliti mencoba menghubungkan dengan keberadaan *podcast* pada *spotify*. Dimana ketika melihat hasil uji Mean dari kedua variabel tersebut yaitu uji mean dengan SPSS 20 keseluruhan motif pada kepuasan *gratification sought* memperoleh nilai rata-rata 1.786,5 dan uji mean dengan SPSS 20 keseluruhan motif kepuasan *gratification obtained* memperoleh rata-rata 1.777, kemudian pada uji kesenjangan yang telah dilakukan didapatkan hasil perbandingan 9,5. Yang berarti adanya kesenjangan antara dua variabel yaitu kepuasan *Gratification Sought* < Kepuasan *Gratification Obtained*, sehingga

mendengarkan *podcast* pada *spotify* memberikan kepuasan kepada generasi muda pengguna *podcast* pada *spotify* di Desa Tanjong untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan. pada motif informasi, *podcast* pada *spotify* tidak memuaskan pengguna dalam mendapatkan informasi-informasi yang diinginkan. Yang dapat memuaskan kebutuhan informasi para pengguna terdapat pada motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Maka dari itu motif informasi tersebut tidak termasuk dalam hal-hal yang dapat memuaskan pengguna dalam menyaksikan *podcast* pada *spotify*.

Berdasarkan Teori Nilai Pengharapan (*Expectancy Value Theory*) dari Philips Palmgreen, ada dua bentuk perilaku kepuasan yakni, kepuasan yang dicari (*gratification sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*). Kesenjangan (*discrepancy*) antara kedua perilaku kepuasan tersebut merupakan indikator untuk mengukur efektif atau tidaknya suatu media yang digunakan.

Meskipun di motif informasi kebutuhan pengguna tidak terpuaskan akan informasi yang disiarkan pada *podcast* di aplikasi *spotify*. Tetapi pada motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan, kepuasan pengguna akan kebutuhan yang diinginkan memuaskan. Sederhananya hal tersebut menggambarkan bahwa *podcast* pada *spotify* **sudah dapat memuaskan** generasi muda di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

Dilihat dari uji t dengan SPSS 20 menunjukkan angka dari t_{hitung} (-1,219) > t_{tabel} (2,920) maka H_0 ditolak, yang berarti ada perbedaan kesenjangan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Angka hasil uji t yang minus, menunjukkan bahwa perbedaan antara GS dan GO tidak signifikan. Dapat

disimpulkan bahwa ada perbedaan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* generasi muda dalam menyaksikan *podcast* pada *spotify* yang dimana memiliki nilai rendah atau selisih angka yang kecil.

Secara teoritis gagasan teori *uses and gratifications* yang digunakan ini mengukur kepuasan pengguna dalam mendengarkan *podcast* pada *spotify* yang diukur dengan *gratification sought* dan *gratification obtained*. Pembahasan yang telah dipaparkan memiliki kesesuaian dengan teori *Uses and Gratification* bahwasanya pengguna media memiliki kebebasan dan aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya yang dipadukan dengan teori *Uses and Gratifications* dalam menentukan “Tingkat Kepuasan Generasi Muda Dalam Menggunakan *Podcast* Pada *spotify* Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu”, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pada penelitian ini *Teori Uses and Gratifications* dibagi menjadi *Gratification Sought* (Kepuasan yang diperoleh) dan *Gratification Obtained* (Motif yang dicari). GS dan GO mempunyai 4 kategori untuk menentukan Tingkat Kepuasan pendengar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa generasi muda sebagai pengguna *podcast* pada *spotify* merasa puas terhadap tayangan *Podcast* sebagai Sumber Informasi baik itu dari kepuasan yang diperoleh maupun motif dalam mengkonsumsi media *Podcast*. Hal ini bisa dilihat pada hasil perbandingan nilai mean (rata-rata) Skor dari GO sebesar 1.786,5 dan GS sebesar 1.777, yang menunjukkan bahwa nilai mean GS lebih kecil dari nilai mean GO, yang mana harapan responden terpuaskan oleh pengalaman.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi pengguna *podcast* pada *spotify* maupun bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna *Podcast* pada *spotify*

Penulis memberikan saran untuk pendengar *podcast* yang menggunakan aplikasi *spotify*, disaran untuk memilih konten yang di konsumsi dengan baik, serta manfaatkanlah media yang ada untuk tujuan yang baik terutama untuk mendapatkan informasi yang mengedukasi, maupun untuk hal-hal yang positif lainnya.

2. Bagi Kreator *Podcast*

Untuk para *podcaster* diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas konten yang lebih mengedukasi, kreatif, serta bervariasi lagi agar semakin banyak pendengar yang tertarik dengan *podcast* sebagai sumber informasi, maupun hiburan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pondasi bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai *podcast* pada *spotify*. selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan mampu menggunakan metode yang berbeda dengan maksud dapat mendukung keakuratan dan kelengkapan hasil penelitian ini yang akan diperoleh. Berkaitan dengan jumlah sampel, sebaiknya penelitian yang akan datang dapat menggunakan jumlah lebih banyak, dengan asumsi bahwa sampel yang banyak dapat memprediksi hasil analisis yang lebih tajam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Ibrahim and Dudi Iskandar, „Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Komunitas The Podcasters Di Media Social Discord“, *Jurnal Syntax Transformation*, vol. 01, no. 08, 2020.
- Allifiansyah, Sandy, *podcast dan Teori Uses and Gratifications*.
- Apa Itu spotify?, <https://support.spotify.com/id/article/what-is-spotify/>, accessed 1 May 2021.
- Aplikasi spotify, accessed 24 Dec 2021.
- Ardiyanti, Handrini, *Perkembangan Teknologi Penyiaran Dan Implikasi Pengaturannya.*, vol. VIII, 2016.
- Arianti, Gusmia, „Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Path“, *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol. 16, no. 2, 2017 [<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>].
- Bayu, Dimas Jarot, *Anak Muda Dominasi Jumlah Pendengar podcast di Indonesia*, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/10/anak-muda-dominasi-jumlahpendengar-podcast-di-indonesiapendengar-podcast-di-indonesia-didominasi-anakmuda>, accessed 22 Jun 2021.
- Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya)*, Jakarta: Kencana Prenada, 2005.
- Dalila, Nadana and Niken Febrina Ernungtyas, „Strategi Storytelling, Spreadability dan Monetization Podcast Sebagai Media Baru Komedi“, *Jurnal Riset Komunikasi*, vol. 3, no. 2, 2020 [<https://doi.org/10.38194/jurkom.v3i2.165>].

- Damri, Zurriat Fastawa, *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Universitas Riau Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Stories*, vol. 6, 2019.
- Darmawati, „Determinasi Registrasi Penduduk di Kota Pekanbaru“, *Teroka Riau*, vol. VIII, no. 02, 2008.
- Departemen Agama RI *Pembangunan Sektor Agama Memasuki Bagian Tinggal Landas.*, 1996
- Eka, Randi, Laporan DailySocial: *Penggunaan Layanan podcast 2018*, 2018, <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>, accessed 22 Jun 2021.
- Endarmoko, Eko, *MEMOAR: senarai kiprah sejarah: dibawa ke atas dari majalah Tempo*, Pustaka Utama Grafiti, 1993.
- Fadilah, Efi, Pandan Yudhapramesti, and Nindi Aristi, Podcast sebagai *Alternatif Distribusi Konten Audio*, p. 15.
- Fajrie, Mahfudlah, „Analisis *Uses and Gratification* Dalam Menentukan Strategi Dakwah“, *Jurnal Islamic Review*, vol. 4, no. 1, 2015.
- Gina Sundari , Veny Purba, „ : Jurnal Media dan Komunikasi | Vol. 3 No. 2, Desember 2020 [https://media.neliti.com/media/publications/369129-podcasters-awal-minggu-communication-str-62c6112f].
- Griffin, Em, A First Look at *Communication Theory*.
- Gunawan, Like, „Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di Metro TV Jawa Timur“, *Jurnal E-Komunikasi*, vol. 4, no. 1, 2016.
- Hamidi, *Metode Penelitian & Teori Komunikasi*, Malang: UPT Penerbitan UMM, 2007.
- Hennig, Nicole, „Chapter 1. Why Podcasts?“, ALA TechSource, vols 53, No.02, 2017, <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6229/8110>, accessed 1 May 2021.

Humaizi, *Uses and Gratifications Theory*, Medan: USU Press, 2018.

Ilyas, Muhammad Helmi, „Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook di Kalangan Remaja Masjid Lailatul Qodar Kadilajo Klaten)“, Yogyakarta: Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga, 2019

Introducing spotify for podcasters in Beta, Oktober 2018, <https://newsroom.spotify.com/2018-10-03/introducing-spotify-for-podcasters-inbeta/>, accessed 2 May 2021.

Irawan, Andri and Esi Fitriani Komara, „Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pemerintahan Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung“, *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, vol. 1, no. 2, 2017 [<https://doi.org/10.33603/jibm.v1i2.690>].

Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah, „Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori *Uses and Gratification*“, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, 2021 [<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>].

Kurniawan, Yopy, „Tingkat Kepuasan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau Terhadap Media Podcast“, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021

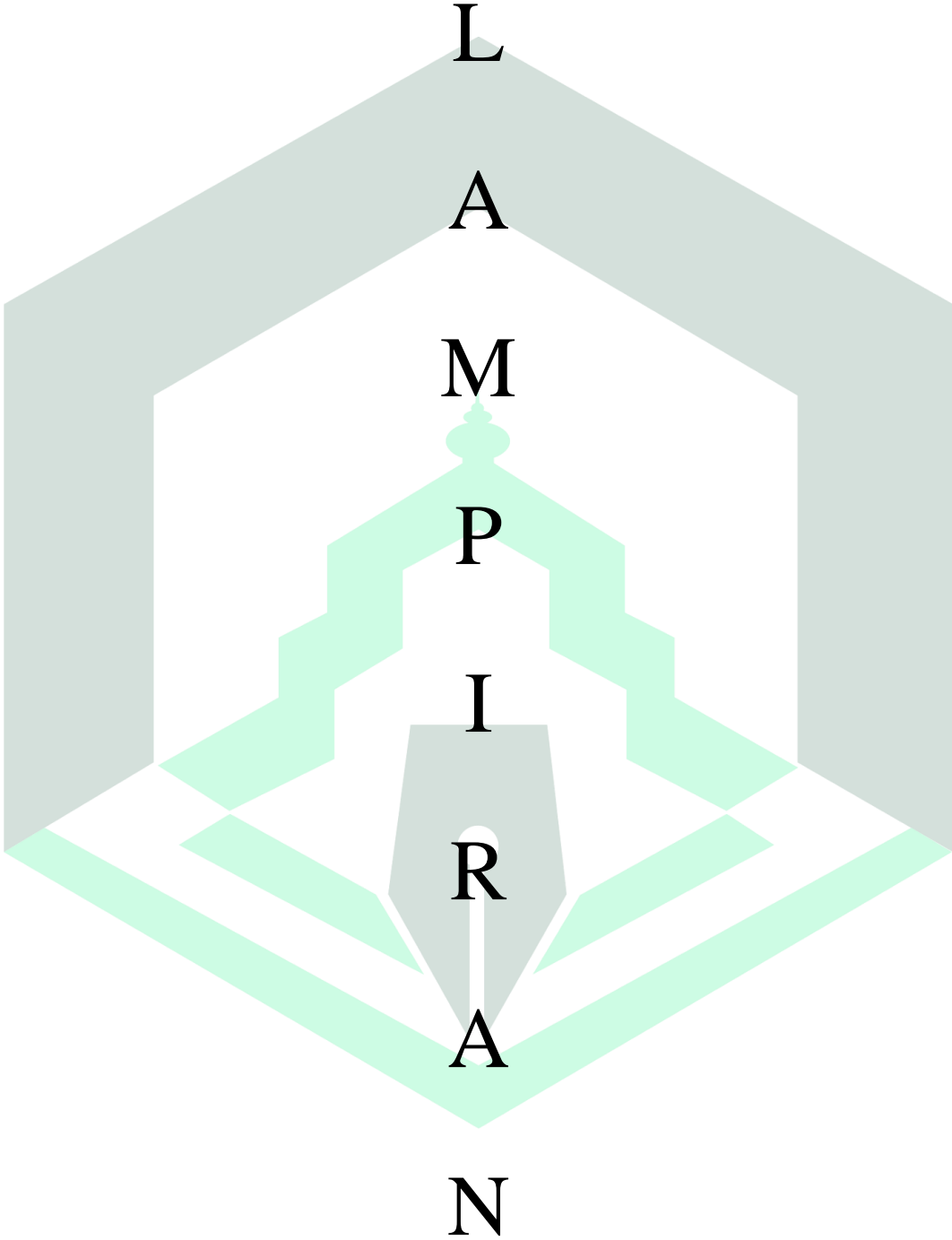
Mohammad Alief Ar Ridha, „ JURNAL AUDIENS VOL. 2, NO. 1 (2021): MARCH 2021 [<https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.10210>]

podcast dan Acara, 2021, <https://support.spotify.com/id/article/podcasts-and-shows/>, accessed 7 Jul 2021.

Pradita, Anggi, *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru.*, vol. 4, 2017.

Qanitah, Arifa, „Pengaruh Penggunaan Media Podcast Terhadap Tingkat Kepuasan Generasi Millennial Di Banda Aceh Sebagai Sarana Memperoleh Informasi Di Masa Covid-19“, Universitas Sumatera Utara, 2021.





Lampiran 1 daftar pertanyaan

No	Variabel	Dimensi/indikator	Sub Indikator	Item pertanyaan
1	<i>Gratification Sought (GS)</i>	Motif informasi	Mencari informasi terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan	<p>Saya mencari informasi yang terupdate di masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i>.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i>, untuk mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbauan dari tema yang dibahas.</p>
			Mencari berbagai informasi sesuai kebutuhan pendengar	Saya mengetahui sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan sehari- hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> .

				<p>Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di <i>podcast</i>, saya ingin menambahkan pengetahuan pada diri saya.</p>
		<p>Motif identitas pribadi</p>	<p>Mencari penunjang nilai-nilai pribadi (mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media))</p>	<p>Dengan mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya mencari tahu informasi dan memecahkan ingin memecahkan masalah dibidang apapun.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang dan sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.</p>

			<p>Mencari sesuatu yang dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri</p>	<p>Saya menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain mengenai tema yang diangkat.</p> <p>Saya mendengarkan/menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa.</p>
	Motif integrasi dan ineraksi sosial		<p>Mencari pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial, menjalankan peran sosial</p>	<p>Saya mengaplikasikan pengetahuan yang saya dapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk memperoleh pengetahuan dan berempati pada keadaan orang lain di sekitar.</p>
			<p>Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial</p>	<p>Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya ingin mencari bahan percakapan dan berinteraksi sosial dengan orang sekitar.</p>

			<p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> dengan berbagai untuk mengetahui apa yang saya bisa lakukan di lingkungan saya,terkait dengan tema yang sedang diangkat.</p>
	Motif hiburan	Ingin melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan	<p>Mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> membuat saya bisa melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> untuk melepas rasa penat yang ada.</p>
		Bersantai, mengisi waktu dan penyaluran emosi	<p>Saya mengisi waktu luang dengan bersantai serta penaluran emosi dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Saya mendengarkan posdcast untuk melepaskan beban emosi(kemarahan,kesedihan,stress).</p>

			Mencari kenikmatan jiwa dan estetis	<p>Saya ingin mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Saya menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> untuk mendapatkan kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber.</p>
--	--	--	-------------------------------------	---

No	Variabel	Dimensi	Sub Indikator	Item pertanyaan
2	<i>Gratification Obtained</i> (GO)	Kepuasan Informasi	Memperoleh informasi yang terupdate saat ini yang menambah wawasan dan pengetahuan	<p>Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>, saya dapat mengetahui informasi terupdate yang terjadi di masyarakat yang mampu menambah pengetahuan dan wawasan saya.</p> <p>Setelah saya mendengarkan <i>podcast</i>, saya mendapatkan jawaban akan suatu masalah melalui pengetahuan, masukan, dan himbuan</p>

				dari tema yang diangkat
			Meperoleh berbagai informasi sesuai kebutuhan pendengar	<p>Saya menemukan iformasi yang berhubungan dengan kehidupan sehari- hari dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Melalui presenter yang dapat memimpin program dengan baik di program <i>podcast</i>, saya dapat menambahkan pengetahuan pada diri saya.</p>
		Kepuasan Identitas Pribadi	Mendapatkan penunjang nilai-nilai pribadi (mampu memperoleh diri dengan nilai-nilai lain (dalam media))	<p>Dengan menggunakan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> saya menemukan informasi dan mampu memecahkan masalah dibidang apapun yang ingin saya ketahui.</p> <p>Setelah menyaksikan/mendengarkan</p>

			<p><i>podcast</i> pada <i>spotify</i>, saya dapat menemukan nilai-nilai atau pernyataan yang saya pegang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.</p>
		<p>Menemukan sesuatu yang dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri</p>	<p>Saya dapat menyesuaikan pemahaman pribadi saya dengan pemahaman orang lain setelah menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> sesuai dengan tema yang di ambil.</p> <p>Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> dengan tema yang di dengarkan, Saya dapat lebih memahami bagaimana saya harus bersikap tentang sebuah peristiwa</p>

		<p>Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial</p>	<p>Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial, menjalankan peran sosial</p>	<p>Saya dengan mudah mampu mengaplikasikan pengetahuan kepada orang lain yang didapat dari mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i>.</p> <p>Saya memperoleh pengetahuan dan mudah berempati pada keadaan orang lain, setelah mendengarkan <i>podcast</i> mengenai tema yang dibahas.</p>
			<p>Mampu menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial</p>	<p>Dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada aplikasi <i>spotify</i> saya mampu menemukan bahan percakapan dan mampu berinteraksi sosial dengan orang sekitar.</p> <p>Setelah saya mendengarkan tema yang dibahas pada program <i>podcast</i> di <i>spotify</i>, saya dapat mengetahui apa yang bisa saya lakukan di lingkungan saya terkait dengan tema yang di bahas.</p>

		<p>Kepuasan Hiburan</p>	<p>Mampu melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan</p>	<p>Setelah mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> mampu membuat saya melepaskan sejenak beban masalah yang dihadapi.</p> <p>Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i>, saya mampu melepas rasa penat yang ada untuk sementara waktu.</p>
			<p>Mampu bersantai, mengisi waktu dan penyaluran emosi</p>	<p>Saya mampu mengisi waktu luang dengan bersantai serta penyaluran emosi dengan mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i></p> <p>Setelah medengarkan/menyaksikan <i>podcast</i>, saya mampu melepaskan beban emosi(kemarahan,kesedihan,stress).</p>



			Mampu mencari kenikmatan jiwa dan estetis	Saya mendapatkan ketenangan batin dengan menyaksikan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> Setelah menyaksikan/mendengarkan <i>podcast</i> pada <i>spotify</i> , saya memperoleh kesenangan dari keindahan dan kekayaan budaya yang di sampaikan narasumber
--	--	--	---	---

Lampiran 2 jawaban responden

GS1	GS2	GS3	GS4	GS5	GS6	GS7	GS8	GS9	GS10	GS11	GS12	GS13	GS14	GS15	GS16	GS17	GS18	TOTAL GS
4	3	5	4	3	5	5	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	5	69
3	4	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	3	4	72
5	3	4	3	2	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	78
5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
5	5	1	5	2	2	5	4	4	4	4	5	1	4	1	1	4	4	61
5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	77
3	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4	3	3	3	2	1	2	63
3	1	2	5	4	3	3	4	4	2	3	4	1	3	2	3	1	4	52
1	2	3	5	4	1	5	2	5	2	1	4	5	3	4	5	1	5	58
4	3	5	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	5	3	73
4	4	3	4	2	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	53
4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	3	3	3	3	50
4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	64
1	1	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	1	63
2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1	32
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	82
5	5	5	1	5	1	1	5	5	1	1	5	1	5	1	1	1	1	50
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	79
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
3	3	4	3	2	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	67
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	80

5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	4	75	
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	78	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	78	
5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	71	
4	5	3	5	3	3	3	4	4	5	4	4	1	2	2	3	2	3	60	
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	75	
3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	64	
5	2	2	5	5	2	2	2	2	5	5	5	5	5	2	2	5	2	63	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	
5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	70	
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	78	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	76	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	88	
5	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	68	
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	89	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
2	1	4	2	2	5	4	1	1	2	3	3	2	3	3	3	1	1	43	
3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	60	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	66	
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	81	
4	4	2	4	1	5	2	1	3	3	2	5	5	3	2	1	2	3	52	
4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	72	
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	84	

4	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	71
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	80
5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	1	4	3	3	4	2	3	3	64
5	2	4	3	5	3	1	4	5	5	3	4	2	5	4	2	1	5	63
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	75
5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	83
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	80
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
5	5	4	3	1	1	3	3	4	3	2	4	5	5	4	3	4	5	64
1	5	5	2	3	5	4	4	5	3	2	5	4	3	5	2	1	3	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	81
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	69
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	85
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	55
1	1	1	3	4	2	2	4	1	4	3	5	4	5	3	3	5	4	55
5	1	3	5	1	1	5	2	1	5	3	4	2	1	3	5	1	3	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	61
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	81
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	2	3	2	1	5	5	57
3	1	3	2	3	4	5	5	3	3	3	2	4	1	4	4	3	4	57
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	82
5	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	3	1	5	53
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	84

1	2	2	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	1	2	3	2	2	43
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	2	2	3	4	2	3	1	52
5	5	3	5	3	4	3	4	3	5	5	5	2	1	1	3	2	3	62
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
3	3	3	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	73
4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	66
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	68
1	2	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	3	2	5	4	3	68
5	3	1	4	1	5	4	2	2	4	2	3	5	2	1	5	4	2	55
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	89
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	5	5	4	74
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	76
2	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	5	5	3	4	4	3	4	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	3	72
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	78
4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	80
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	82
4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	80
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	83
2	4	2	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	57

GO1	GO2	GO3	GO4	GO5	GO6	GO7	GO8	GO9	GO10	GO11	GO12	GO13	GO14	GO15	GO16	GO17	GO18	TOTAL GO
5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	68
4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	74
5	4	3	5	5	4	3	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	5	76


3	1	3	5	1	3	1	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	64
4	5	4	2	1	4	3	1	2	2	4	1	5	3	2	1	5	4	53
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	77
3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	73
4	2	4	5	2	1	2	3	4	4	4	3	2	2	4	4	2	5	57
1	3	2	5	4	3	1	4	5	5	4	5	2	4	3	1	5	5	62
4	3	4	5	2	4	4	3	5	3	4	4	4	5	3	5	4	2	68
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
4	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	55
5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	78
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	1	1	5	5	5	5	74
1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	33
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	83
5	5	1	1	5	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	1	1	5	42
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
3	2	3	5	4	2	3	2	3	3	2	5	4	4	3	4	5	1	58
4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	74
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	78
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	74
5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	73
4	4	3	4	3	5	3	5	5	5	5	4	3	3	2	3	4	5	70

4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	78
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	81
2	2	2	5	5	2	5	5	5	2	5	5	2	2	2	2	3	5	61
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	83
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	77
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	78
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	88
5	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	65
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	1	3	2	4	2	4	2	1	2	4	3	3	5	5	1	2	3	49
3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	61
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	55
4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	83
1	3	4	2	5	1	2	4	2	5	1	4	3	2	4	2	5	2	52
5	4	5	5	4	5	4	3	5	3	2	3	4	2	3	3	2	3	65
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	85
4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	2	5	4	2	4	4	3	4	69
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	84
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	5	73
5	3	5	2	1	5	4	2	3	4	5	5	3	5	1	4	3	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	83

3	2	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	3	4	4	4	4	2	3	1	5	5	5	4	2	3	4	2	1	60
5	3	3	2	4	1	3	4	2	3	4	5	3	2	3	2	3	3	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	70
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	55
2	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	46
5	5	4	3	3	5	1	1	5	3	1	1	5	1	1	1	4	4	53
5	5	3	3	4	1	2	3	4	5	5	4	3	2	1	1	2	3	56
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	4	2	3	3	4	4	3	49
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	78
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	57
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	62
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	82
3	2	1	1	3	2	4	1	4	1	1	4	2	1	1	2	1	3	37
4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	82
2	2	3	3	4	3	2	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4	4	54
4	5	5	3	4	5	2	4	5	1	3	4	5	4	5	2	5	4	70
4	3	5	4	3	3	4	5	4	3	5	5	3	4	4	3	3	4	69
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	78
4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
5	4	5	5	3	4	5	4	3	5	4	3	5	5	4	2	5	3	74

1	4	4	2	5	1	5	4	3	2	5	1	4	3	1	3	1	4	53
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	80
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	76	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	70	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	77	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	79	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	78	
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	83	
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	82	
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	82	
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	

Lampiran 3 SK Penguji dan Pembimbing


SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 502 TAHUN 2023
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata II, maka dipandang perlu bentuk Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi,
 b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,
 2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi,
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengendalian Peranan Tinggi,
 4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STADN Palopo Menjadi IAIN Palopo,
 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Pertama : Mengangkat mereka yang tertera namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tertera pada alinea pertama huruf (a) di atas.

Kedua : Tugas Dosen pembimbing skripsi adalah memberikan arahan, saran dan masukan kepada mahasiswa berdasarkan hasil pembuatan proposal penelitian hingga skripsi selesai diujikan berdasarkan penilaian penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang di tetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan hambatan-hambatan tepat waktu.

Ketiga : Tugas Dosen penguji adalah : mengoreksi, mengartikan, menilai/mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan.


Kesempat : Pelaksanaan seminar proposal dihadiri oleh pembimbing dan penguji II (kedua) dan pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Monasayyah dihadiri oleh Pembimbing, penguji I (pertama) dan penguji II (kedua).

Kelima : Segala biaya yang timbul sebagai akibat diterapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2023.

Kesenam : Surat Keputusan berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penilaian skripsi mahasiswa selesai dan akan diadakan perbaikan seperkaya jika terdapat kekeliruan dalam pelaksanaannya.

Ketujuh : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
 Pada Tanggal : 16 Juni 2023


A.S. Rektor
 Institut Agama Islam Negeri Palopo

Penyusunan :
 1. Kabiro AUAK,
 2. Fertugol,
 3. Mahasiswa yang bersangkutan,

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 502 TAHUN 2023
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO


I. Nama Mahasiswa : Naura Febrianti
NIM : 19 0403 0024
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

II. Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast pada Spotify di Desa Tanjung Kecamatan Bopon Kabupaten Luwu.

III. Dosen Pembimbing dan Penguji :

Ketua Skbang : Dr. Takdir, S.H., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abubakar, S.EI., M.A.
Pembimbing : Muzayyannah Jabani, ST., M.M.
Penguji Utama (I) : Durban Rifaldin, S.E., M.M.
Pembantu Penguji (II) : Edli Indra Setiawan, S.E., M.M.

Palopo, 16 Juni 2023


A.S. Rektor
 Institut Agama Islam Negeri Palopo

Lampiran 4 Buku Kontrol

11

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

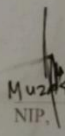
Konsultasi ke, / Hari Tanggal, Senin/12 Juni 2023


Tahap Penulisan Hasil Penelitian

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Mengubah rumus uji t
2	tidak boleh menggunakan tanda @ bisa pakai huruf
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


Muzayyannah Jabani, S.T., M.M.
NIP.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

12

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

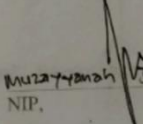
Konsultasi ke, 2 Hari Tanggal, Selasa 20 Juni 2023


Tahap Penulisan Hasil Penelitian

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	+ hasil pembahasan penelitian
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


Muzayyannah Jabani, S.T., M.M.
NIP.

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

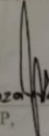
Buku Kontrol Penulisan Skripsi

Konsultasi ke, 3 Hari Tanggal, Rabu 21 Juni 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	+ pembahasan hasil penelitian
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


 Muzanharah Johari, S.T., M.M.
 NIP,



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

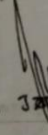
Buku Kontrol Penulisan Skripsi

Konsultasi ke, 4 Hari Tanggal, Kamis 23 Juni 2023


Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Wcc
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


 Muzanharah Johari, S.T., M.M.
 NIP,

Lampiran 5 Kartu Kontrol


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bili Kota Palopo 91114 Telpom 08524317371
 Email: info@iaainpalopo.ac.id, PIAIN@iaainpalopo.ac.id, PIAIN@iaainpalopo.ac.id


KARTU KONTROL SEMINAR PROPOSAL

Nama : Niura Gebriani
 NIM : 100900024
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	6 Juni 2023	Krisni Ewardi Purno	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi)		
2	Senin 13 Juni 2023	Krisna	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
3	Selasa 14 Juni 2023	Sekarwati	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
4	15 Juni 2023	Hafidza	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
5	16 Juni 2023	Yusuf Alifan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
6	17 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
7	18 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
8	19 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
9	20 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
10	21 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
11	22 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
12	23 Juni 2023	Muhammad Fauzan	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		

IAIN PALOPO
 DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Dr. Takdir, S.H., M.H.
 NIP 197907242003121000

NB:
 - Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 10 kali seminar sebelum seminar proposal


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bili Kota Palopo 91114 Telpom 08524317371
 Email: info@iaainpalopo.ac.id, PIAIN@iaainpalopo.ac.id, PIAIN@iaainpalopo.ac.id

KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Niura Gebriani
 NIM : 10 0903 0024
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Kamis 05/01/2023	Muhammad Atham	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
2	23/01/2023	Arqam	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
3	24/06/2023	A. Hafidza	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
4	Jumat 07/07/2023	Rizki Anji	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
5	Kamis 20/07/2023	A. Hafidza	Analisis Persepsi dan Sikap Persepsi Orang-orang dalam Persepsi dan Sikap Persepsi (Studi Kasus: Persepsi dan Sikap Persepsi)		
6					
7					
8					
9					
10					

IAIN PALOPO
 DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Dr. Takdir, S.H., M.H.
 NIP 197907242003121000

NB:
 - Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

Lampiran 6 Persetujuan pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama proposal penelitian skripsi berjudul : Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast Pada Spotify Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu.

yang ditulis oleh :

Nama : Nimra Febriani
NIM : 1904030024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M

Tanggal: Agustus 2023

Lampiran 7 Nota dinas Pembimbing

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lam :
Hal : Skripsi an. Nimra Febriani

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nimra Febriani
NIM : 1904030024
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast Pada Spotify Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu

menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing

Muzayyana Jabani, S.T., M.M


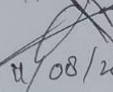

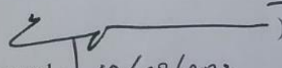
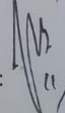
Tanggal: Agustus 2023

Lampiran 8 Halaman Persetujuan tim penguji


HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast Pada Spotify Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu yang ditulis oleh Aqilla Nimra Febriani Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, tanggal 28 Juli 2023 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.
(Ketua Sidang/Penguji) ()
tanggal : 14/08/2023
2. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
(Sekretaris Sidang/Penguji) ()
tanggal : 11/08/2023
3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.
(Penguji I) ()
tanggal : 11/08/2023
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
(Penguji II) ()
tanggal : 10/08/2023
5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.
(Pembimbing I/Penguji) ()
tanggal : 11/08/2023

Lampiran 9 surat keterangan bebas mata kuliah

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
Jalan BBS Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Webalter: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURAT KETERANGAN
NOMOR: B 090 /In.19/FEBI.04/KS.02/MBS/08/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Nimra Febriani

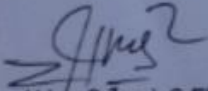
NIM : 1904030024

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2019/2020 s.d semester VII tahun akademik 2022/2023 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 07 Agustus 2023
Ketua Prodi
Manajemen Bisnis Syariah


Akbar Sabani, S.EI., M.E
NIDN 2005048501

Lampiran 10 Surat Keterangan MBTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Agatis Balanda, Telp. 0471-22076.
Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://feb-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kurang/baik/lapar **coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.*

Nama : Nimra
NIM : 1904030024
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui :
Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, ST., M.M

Palopo, 14 Februari 2023
Dosen Penguji

Muzayyanah Jabani, ST., M.M

Lampiran 11 Transkrip nilai

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK DIBERIKAN KEPADA					
NAMA : NIMRA FEBRIANI NIM : 1904030024		FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PRODI : Manajemen Bisnis syariah			
No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket
1	PENGANTAR FIQH DAN USHUL FIQH	3.00	2	6.00	B
2	PENGETAHUAN KOMPUTER	3.75	2	7.50	A
3	PENGANTAR MANAJEMEN	3.00	2	6.00	B
4	BAHASA INDONESIA	3.50	2	7.00	A-
5	BAHASA ARAB	3.50	2	7.00	A-
6	BAHASA INGGRIS	3.75	2	7.50	A
7	METODE BACA TULIS ALQURAN	3.25	2	6.50	B+
8	PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN	3.75	2	7.50	A
9	PENGANTAR FILSAFAT	3.75	2	7.50	A
10	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	3.50	2	7.00	A-
11	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3.75	2	7.50	A
12	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	2.75	2	5.50	B-
13	PENGANTAR AKUNTANSI	3.75	2	7.50	A
14	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	2.75	3	8.25	B-
15	ULUMUL QURAN	4.00	2	8.00	A+
16	ULUMUL HADITS	3.75	2	7.50	A
17	TALHID	3.75	2	7.50	A
18	PENGANTAR ILMU EKONOMI	4.00	2	8.00	A+
19	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	3.75	2	7.50	A
20	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	3.50	2	7.00	A-
21	BAHASA INGGRIS BISNIS	3.75	2	7.50	A
22	APLIKASI BISNIS DIGITAL	3.25	3	9.75	B+
23	EKONOMI MIKRO ISLAM	3.00	3	9.00	B
24	EKONOMI MAKRO ISLAM	3.50	3	10.50	A-
25	TAFSIR AYAT DAN HADIS EKONOMI	3.25	3	9.75	B+
26	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	2.75	3	8.25	B-
27	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	3.75	3	11.25	A
28	MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH	3.50	3	10.50	A-
29	MATEMATIKA BISNIS	3.50	3	10.50	A-
30	PERILAKU KONSUMEN	3.25	3	9.75	B+
31	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3.75	2	7.50	A
32	PERPAJAKAN	3.50	2	7.00	A-
33*	FIQH MUAMALAT	3.75	2	7.50	A
34	PEREKONOMIAN INDONESIA	3.50	2	7.00	A-
35	STUDI KELAYAKAN BISNIS	3.25	3	9.75	B+
36	KEWIRUSAHAAN	3.75	2	7.50	A
37	AKUNTANSI BIAYA	3.50	3	10.50	A-
38	BISNIS INTERNASIONAL	3.75	3	11.25	A
39	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	3.25	3	9.75	B+
40	KOMUNIKASI PEMASARAN	3.50	2	7.00	A-
41	AKUNTANSI MANAGERIAL	3.25	3	9.75	B+
42	MANAJEMEN STRATEGIK	3.75	3	11.25	A
43	EKONOMI KREATIF	3.25	2	6.50	B+
44	MANAJEMEN INVESTASI	3.25	2	6.50	B+
45	MANAJEMEN KINERJA	3.75	2	7.50	A

46	KNOWLEDGE MANAJEMEN	4.00	2	8.00	A+	
47	E-CULTURE DAN JEJARING SOSIAL	2.50	2	5.00	C+	
48	STATISTIK BISNIS	3.50	3	10.50	A-	
49	MANAJEMEN OPERASIONAL	3.75	3	11.25	A	
50	EKONOMETRIKA	3.50	3	10.50	A-	
51	MANAJEMEN ZISWAF	3.75	2	7.50	A	
52	PROFESI PASAR MODAL	3.25	2	6.50	B+	
53	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	2.75	2	5.50	B-	
54	MANAJEMEN MUTU	3.75	3	11.25	A	
55	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	3.50	3	10.50	A-	
56	BRANDING STRATEGI	3.00	3	9.00	B	
57	KEWIRUSAHAAN DIGITAL	3.25	3	9.75	B+	
58	METODE PENELITIAN BISNIS	2.75	3	8.25	B-	
59	MAGANG (PKL)	4.00	2	8.00	A+	
60	KOMPREHENSIF	3.50	2	7.00	A-	
61	KULIAH KERJA NYATA	4.00	4	16.00	A+	
62	SKRIPSI	0.00	0	0.00	0	
				148	511.25	

Indeks Prestasi Kumulatif : 3.45
 Jumlah Kredit : 148

Palopo, 16 Juni 2023
 Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Lampiran 12 Lunas UKT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURATKETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd.I
NIP : 19720715 200604 1 001
Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : HIMBA FEBRIANI
NIM : 19 0403 0024
Semester/Prodi : VII / MBIS
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d VIII.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 15 Februari 2023
an. Dekan

Kepala Bagian Tata Usaha



Saepul, S.Ag., M. Pd.I
NIP 19720715 200604 1001

Lampiran 13 Sertifikat MA'HAD AL-JAMIAH





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Syahadah

Nomor : In.19/PP/UPT/MA'HAD AL-JAMIAH/ 705 /VII/2020

Diberikan kepada :

NIMRA FEBRIANI
NIM : 19.0403.0024

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku
Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Empat Juli Dua Ribu Dua Puluh



 Kepala IAIN Palopo
 Kepala Unit
 Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo
Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag.
 NIP 19691104 199403 1 004
Dr. Mardi Takwim, M.HI
 NIP 19680503 199803 1 005




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMIA'AH

N A M A : NIMRA FEBRIANI
 N I M : 19 0403 0024
 FAK/PRODI : FEBI/D2

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	Tahsinul Qiro'ah	I	90	A
2	Fiqih Ibadah	II	90	A
JUMLAH			180	
RATA-RATA			90,00	

Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik / Baik / Cukup / Buruk~~

Palopo, 04 Juli 2020
 Kepala Unit
 Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo

Dr. Mardi Takwim, M.HI
 NIP 19680503 199803 1 005

Lampiran 14 Sertifikat PBAK dan Sertifikat TOEFL



Lampiran 15 surat izin DMPTSP LUWU



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 136/PENELITIAN/12.09/DPMPSTP/III/2023
Lamp : -
Sifat : Biasa
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Ka. Desa Tanjong
di -
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo : B 205/In.19/FEBI.04/KS.02/03/2023 tanggal 27 Maret 2023 tentang permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Nimra Febriani
Tempat/Tgl Lahir : Pollo Tondok / 02 Maret 2001
Nim : 1904030024
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Alamat : Dsn. Tanjong
Desa Tanjong
Kecamatan Bupon

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

**TINGKAT KEPUASAN GENERASI MUDA TERHADAP PENGGUNAAN PODCAST PADA SPOTIFY
DI DESA TANJONG KECAMATAN BUPON KABUPATEN LUWU**

Yang akan dilaksanakan di **KANTOR DESA TANJONG**, pada tanggal **29 Maret 2023 s/d 29 Mei 2023**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



1 2 0 2 3 1 9 3 1 5 0 0 0 1 3 6



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal : 29 Maret 2023
Kepala Dinas

Drs. ANDI BASO TENRIESA, MPA, M.Si


Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c

NIP : 19661231 199203 1 091

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo;
4. Mahasiswa (i) Nimra Febriani;
5. Arsip.

Lampiran 16 surat izin dari desa

 **PEMERINTAH KABUPATEN LUWU**
KECAMATAN BUA PONRANG
DESA TANJONG

SURAT PEMBERIAN IZIN LOKASI PENELITIAN
NO : 159/S-I/DT/BP/III/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SABRI JALAL
Jabatan : Sekretaris Desa Tanjong


Memberikan izin kepada :

Nama : NIMRA FEBRIANI
NIM : 1904030024
Tempat/Tanggal Lahir : Pollo Tondok, 2 Maret 2001
Nama Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Skripsi) yang bersangkutan di Desa Tanjong, Kec. Bua Ponrang, Kab. Luwu mulai tanggal 29 Maret 2023 s/d 29 Mei 2023. Sesuai permohonan yang bersangkutan yang direkomendasikan oleh Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Luwu No. 136/PENELITIAN/12.09/DPMPSTP/III/2023 Tanggal 29 Maret 2023

Demikian surat izin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanjong, 30 Mei 2023
Kepala Desa Tanjong
Sekretaris Desa


Sabri Jalal
SABRI JALAL

Lampiran 17 struktur organisasi desa tanjong



RIWAYAT HIDUP



Nimra febriani biasa di panggil Nimra atau Feby lahir di Pollo Tondok tanggal 02 Maret 2001. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan seorang ayah bernama Darmawansyah dan ibu bernama Widiyawati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Dusun Tanjung, Desa Tanjung, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis di SDN 61 Mario yang di selesaikan pada tahun 2013. Kemudian dilanjutkan SMPN 2 Bua Ponrang yang di selesaikan pada tahun 2016 dan di lanjutkan di SMAN 15 Luwu yang di selesaikan pada tahun 2019. Setelah penulis lulus SMA kemudian melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo pada program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Contact Person: nimrafebriani@gmail.com