TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL SNAPCHAT DI PEKANBARU

Oleh : Anggi Pradita
Email: anggikeybaar.ak@gmail.com
Pembimbing : Rумыeni, S.Sos, M.Sc

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
Telp/fax. 0761-63272

Abstract

The development of the internet relatively faster than the other medias. internet is used as communication media through facilities inside. Social media currently took attention from society especially scholarship student. Social media has been considered could be a container for creations, ideas, responses, even opinions. some of those as facebook, path, instagram, twitter and etc. But the most popular social media are used by student nowadays is snapchat. Snapchat is an application thats suppose to share messages with photos and videos in an unique way. To used phenomenal social media snapchat, student use snpachat to express themselves everyday. Because of that for study the level of student satisfaction in using social media snapchat. This study is using Uses and Gratification theory, this theory declare that audiences are using media actively. the purpose of this study is to determine the value of level of student satisfaction in using social media snapchat in Pekanbaru.

The type of this study is descriptive quantitative research, the technique of collecting data in this study is using questionnaire. Samples of this study as much as 166 respondents that founded by using unknown population formula with 99% accuracy level. The samples taken by accidental sampling method. To find out how much the gratification level, this study used 'uses and gratification' model. To Proccessing the questionnaire datas, were performed by using Statistictal Product and Service Solution (SPSS) Windows program v.20.

By looking at the ratio of gratification motive scores obtained with the needs of users by using social media snapchat, the result mean value calculation GS (3,137) is smaller than the value of GO (3,189). Which means there is a discrepancy gratification because of the needs earned more than the desired needs. The result showed that the gratification level of using social media snapchat by students in pekanbaru is indicated at high category with 3,163 calculation value, data processing is seen by four indicators, namely information, personal identity, social interaction, and entertainment. therefore, it means social media snapchat can satisfy the users.

Keyword: Snapchat, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat bukan hanya di sekitar kita, tetapi telah mendunia menjadikan perubahan pada lingkungan kehidupan yang kita jalani saat ini. Berbagai macam teknologi telah tercipta di seluruh dunia yang semakin memudahkan kita untuk berkomunikasi atau berinteraksi dalam jarak dekat bahkan jarak jauh sekalipun.

Perkembangan internet termasuk sangat cepat dibanding media lainnya. Internet digunakan sebagai sarana media komunikasi melalui fasilitas-fasilitas yang ada di dalamnya. Dengan mengakses informasi lewat internet, pengguna dapat mengikuti perkembangan teknologi sekaligus bisa memperoleh banyak pengetahuan terbaru dengan cepat, mudah dan murah.

Masyarakat menggunakan media untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya, ada yang menggunakan media untuk mencari informasi, hiburan, ataupun identitas personal. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan media karena didorong oleh motif mereka yang bermacam-macam dengan tujuan untuk memuaskan motif tersebut. Dalam bukunya, McQuail (2003:217) menyebutkan bahwa penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media yang digunakan untuk menanggulangi masalah itu (pemuasan kebutuhan). Artinya bahwa penggunaan media dilatarbelakangi oleh adanya motif seseorang untuk memuaskan kebutuhannya.

Sekarang telah bermunculan alat komunikasi yang sangat canggih dengan fitur atau tampilan yang mendukung untuk mengakses internet dan sekarang ini *smartphone* sangat familiar dimata masyarakat Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa antusias manusia terhadap penggunaan internet sebagai media komunikasi dan informasi terus meningkat. Sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, internet telah tumbuh sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan.

Media sosial menjadi primadona baru dalam perkembangan media dunia. Media sosial atau akrab disebut jejaring sosial ini juga menyita perhatian masyarakat Indonesia, mahasiswa pada khususnya. Media sosial dinilai bisa menjadi wadah bagi karya, ide, tanggapan, opini, bahkan media untuk mengekspresikan keadaan yang terjadi. Hanya dengan membuat akun pribadi, para pengguna bisa menuliskan kemudian mempublikasikan karya maupun tanggapannya pada khalayak. Inilah yang menjadi daya tarik media sosial, ketika apa ditulis bisa dibaca, dipahami kemudian mendapatkan komentar dari orang lain.

Pada penelitian yang pernah diteliti oleh Teguh Husada Putra (2015) dengan judul Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya pada Penggunaan Media Sosial Instagram. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dengan metode survei. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah kepuasan anggota Instansantara Surabaya pada penggunaan

media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini adalah anggota instanusanantara Surabaya kepuasan dalam menggunakan Instagram mengalami penurunan jadi kepuasannya tidak terpenuhi, dimana nilai *mean* GS lebih besar dari pada nilai *mean* dari GO. Dengan kesimpulan H1 atau H0 ditolak yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan. Kemudian ada perbedaan rata-rata kepuasan GS dengan kepuasan GO dimana kesenjangan terendah terdapat pada indikator hiburan pada saat menggunakan Instagram.

Penelitian berikutnya yaitu dari UIN Suska Riau oleh Dika Hardani pada tahun 2011 dengan judul Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai Pengakses Internet pada Situs Detik.com. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kepuasan mahasiswa komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com. Metode penelitian yang dipakai yakni Kuantitatif dengan metode survei. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Deetik.com adalah cukup memuaskan. Dengan hasil penelitian yaitu kepuasan informasi dengan nilai 65,4%, kepuasan identitas pribadi dengan nilai 65,5%, kepuasan integritas dan interaksi sosial dengan nilai 66%, serta kepuasan hiburan dengan nilai 65,3%.

Menurut penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti *Snapchat* sebagai objek penelitian. Berbicara mengenai revolusi dan inovasi, *smartphone* yang semakin beragam pada

saat ini menciptakan aplikasi yang beragam pula di dalamnya. Salah satunya yaitu aplikasi *Snapchat* yang termasuk ke dalam jejaring sosial yang ada pada *smartphone*. *Snapchat* adalah aplikasi pesan foto yang dikembangkan Evan Spiegel, Bobby Murphy, dan Reggie Brown saat masih kuliah di Universitas Stanford. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat mengambil foto, merekam video, menambahkan teks dan lukisan, dan mengirimkannya ke daftar penerima yang ditentukan oleh pengguna.

Dari semenjak *email* gratis, *facebook*, dan sekarang *snapchat*. *Snapchat* bisa dibilang tengah menjadi primadona didunia internet pada masa sekarang ini. Jutaan orang terhubung oleh situs jejaring ini, dan setiap hari mereka berinteraksi terutama bagi kalangan mahasiswa pada saat ini. (<http://tekno.kompas.com/read/2015/Remaja.Indonesia.Mulai.Gandrungi.Snapchat>, diakses 4 September 2016)

Snapchat menyediakan layanan berkirim pesan foto dan video. Pengirim dapat mengatur berapa lama foto dan video itu dapat dilihat oleh penerima hingga akhirnya hilang. Platform media sosial memang sudah populer di berbagai kalangan. Namun menurut sebuah studi terbaru dari Piper Jaffray, *Snapchat* merupakan platform paling terkenal di kalangan para mahasiswa mengalahkan Facebook, Twitter, dan Instagram. *Snapchat* mulai digandrungi pengguna internet di Indonesia.

Membandingkan penelitian serupa tahun lalu, kala itu, Facebook dan Instagram menempati posisi teratas dan *Snapchat* di posisi keempat. Namun pada tahun 2016, *Snapchat* langsung merebut

posisi keempat yang pada saat itu dipegang oleh Twitter. Melalui data ini, dapat disimpulkan bahwa kalangan mahasiswa masa kini lebih tertarik dengan konten multimedia seperti foto dan video. Sebaliknya, minat mahasiswa berkurang ketika dihadapkan dengan membaca informasi berbasis teks seperti Facebook dan Twitter (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-snapchat-dan-fitur-fiturnya/> diakses pada 4 September 2016).

Kelebihan *snaphat* ini memiliki ruang obrol (*chatting room*) yang sangat *privacy*, sebab isi obrolan yang digunakan pengguna dengan teman pengguna lainnya akan hilang jika ruang obrol mereka dikeluarkan. Dan kini *snaphat* mengeluarkan fitur terbaru yaitu beberapa filter-filter menarik untuk bisa di gunakan oleh pemakai agar tidak merasa bosan. Serta memiliki stiker lokasi, yang dimana jika kita berada disuatu daerah akan keluar stiker nama daerah tersebut. Dan stiker ini akan muncul pada daerah-daerah yang telah tersedia, seperti Jakarta, Bandung, Medan, Pekanbaru, Padang serta daerah daerah lainnya.

Tingkat kepuasan media ada didalam teori *uses and gratification*. H.Cantril (1942) menyatakan bahwa pada mulainya teori *uses and gratification* ini mempelajari suatu kepuasan yang dicari audiens sehingga ia menggunakan media tersebut dan apa saja isi media yang dapat memuaskan kebutuhan sosial dan psikologisnya (Ruggiero, 2000:1). Teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama adalah “bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak”, sehingga bobotnya

adalah pada khalayak aktif (Effendy, 2003:289-290).

Untuk mencari kepuasan dalam menggunakan media sosial *Snaphat* atau motif yang diperoleh dengan GS (*Gratification Sought*) merupakan kepuasan yang dicari yang mendorong seseorang dalam menggunakan media tersebut, GO (*Gratification Obtained*) merupakan apa saja yang diperoleh dari menggunakan media tersebut (Kriyantono, 2006:208).

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial *Snaphat* di Pekanbaru”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial *Snaphat* di Kota Pekanbaru.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di atas adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial *Snaphat* di Kota Pekanbaru.

MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang disiplin ilmu komunikasi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian media online.

- b. Manfaat Praktis, penelitian ini adalah memberikan kontribusi yang bermanfaat dan memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca, pengguna *snapchat*, dan peneliti mengenai penggunaan media online.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori ini dikemukakan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumler, Elihu Katz dan Michael Gurevitch (Nurudin, 2007: 192). Menurut mereka, pengguna media atau yang dikenal dengan audiens memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007 : 192).

Tujuan dari pengguna yang membedakan *Uses and Gratification* dari teori-teori komunikasi awal: pengguna ditandai sebagai aktif, cerdas dan termotivasi dalam menggunakan media mereka. Fokus dari teori ini adalah pada apa yang orang lakukan dengan media

daripada pengaruh atau dampak dari media pada individu. Dengan pengguna yang aktif memilih dan menggunakan media salam menanggapi kebutuhan khusus, dasar untuk memeriksa kepuasan yang diperoleh dari media. Misalnya, ketika seorang audiens memiliki kebutuhan untuk melarikan diri, ada media tertentu yang tersedia untuk memuaskan kebutuhan ini dengan cara yang memuaskan (Adnan & Samira, 2015).

Banyak penelitian terakhir dari *Uses and Gratification* telah difokuskan dan media tradisional lainnya. Dalam media baru, perbedaan antara konsumen dan produsen cenderung mengaburkan, yang telah menyebabkan pengenalan prosumer istilah untuk menggambarkan kemampuan pengguna untuk mengambil kendali atas produksi dan distribusi konten. Ini memberikan pengguna kontrol atas konten dan penggunaannya, sehingga penting untuk meneliti kepuasan media baru menyediakan kepada pengguna dibandingkan dengan media tradisional. Berfokus pada media sosial adalah penting karena kita perlu memahami apa yang memotivasi pengguna untuk beralih dari satu alat untuk yang lain (Haase&Alyson, 2010)

Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*), dalam artiannya sebagai berikut :

1. *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab-

sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang dapat diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2006: 211).

2. *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media. *Gratification obtained* ini mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik. (Kriyantono, 2006: 213).

Berdasarkan konsep yang dipaparkan di atas dapat terlihat khalayak menggunakan media memiliki berbagai dorongan dan sebab-sebab tertentu yang dikategorikan ke dalam beberapa kepuasan penggunaan media, antara lain kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integritas dan interaksi sosial serta kepuasan hiburan.

Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Jika skor *mean Gratification Sought (GS)* lebih besar dari mean skor *Gratification Obtained (GO)* (skor mean $GS >$ skor mean GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan

kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut tidak memuaskan khalayaknya.

2. Jika skor *mean Gratification Sought* sama dengan skor mean *Gratification Obtained* (mean $GS =$ mean GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi, artinya media memuaskan.
3. Jika skor *mean Gratification Sought* lebih kecil dari skor mean *Gratification Obtained* (mean $GS <$ mean GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan khalayaknya” (Kriyantono, 2006: 217).

2. Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Antony Mayfield (2008:5) dalam bukunya *What Is Social Media* menyatakan indikator dari sebuah media sosial sebagai berikut :

- a. Partisipasi
- b. Keterbukaan
- c. Percakapan
- d. Komunitas
- e. Saling terhubung (Kaplan dan Haenlin, 2010:73).

3. *Snapchat*

Snapchat sendiri merupakan sebuah aplikasi untuk saling berbagi pesan (berkomunikasi) secara cepat, namun dengan cara yang unik. Para penggunanya bisa saling berbagi foto dan video, lalu pesan tersebut akan terhapus dengan sendirinya setelah beberapa detik. *Snapchat* sendiri dibatasi setiap upload foto/video setiap 10 detik lalu setelah itu pesan bergambar itu akan langsung hilang. Agar lebih menyenangkan, pengguna bisa menambahkan teks atau coretan pada foto / video yang akan dikirim. Video atau foto yang dikirim pengguna disebut sebagai “*Snap*”, kemudian tinggal memilih akan mengirimnya pada siapa. Penerima akan melihat pesan tersebut dengan waktu yang sudah ditentukan si pengirim, lalu video / foto tersebut akan hilang. (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-snapchat-dan-fitur-fiturnya/>, diakses pada 4 September 2016)

Snapchat dibuat oleh tiga orang mahasiswa dari *Stanford University*, yaitu Evan Spiegel, Bobby Murphy dan Reggie Brown. Awalnya, ini hanyalah proyek kelas dari Spiegel dan Brown yang diberinama Picabbo. Untuk mewujudkan aplikasi ini, keduanya mengajak Murphy untuk bergabung.

Picabbo memulai debutnya pada Juli 2011, yang pada awalnya aplikasi itu sendiri belum terlalu familiar dan diterima oleh masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu kini *snapchat* sudah banyak pengguna khususnya di kalangan mahasiswa. Kemudian berganti nama menjadi *Snapchat* dan tersedia untuk *smartphone* karena sifat media *snapchat*

yaitu media sosial dan hanya kebutuhan hiburan.

(https://kompasiana.com/anjas_021/inilah-rahasia-snapchat-digandrungi-kalangan-remaja/ diakses pada 20 Agustus 2016)

4. Mahasiswa

Mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politekni, sekolah tinggi, institut, dan universitas untuk menguasai sebuah bidang keilmuan serta memiliki wawasan ilmiah yang luas dan pola pikir yang matang dengan tujuan untuk diabdikan kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk judul ‘Tingkat Kepuasan Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial *Snapchat* di Pekanbaru’ ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiyono, 2010: 7).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan terhadap 166 mahasiswa di Pekanbaru yang menggunakan media sosial *Snapchat* di Pekanbaru. Berikut hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner:

a. Rekapitulasi Identitas Responden

Berdasarkan usia, responden dengan usia 22-23 tahun yang banyak ditemui di lapangan, yaitu

sebanyak 44% responden, sedangkan usia < 20 tahun berada diposisi kedua yaitu sebanyak 30,1% responden, dan usia 20-21 tahun sebanyak 25,9% responden yang ditemui peneliti di lapangan. Responden dari Universitas Riau yaitu sebanyak 45,8% responden yang paling banyak ditemui peneliti dilapangan. Di posisi kedua yaitu Universitas Islam Riau sebanyak 19,3% responden. Lalu Politeknik Caltex Riau sebanyak

15,7% responden, universitas Lancang Kuning sebanyak 9,6% responden. Sementara STIKES Hangtuah dan Persada Bunda sama-sama sebesar 4,8% responden yang peneliti temui.

b. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel di bawah ini merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden melalui kuesioner.

No	Item	Gratification Sought						Gratification Obtained					
		SS	S	TS	STS	Mean	Kat	SS	S	TS	STS	Mean	Kat
1	IS7	34	121	11	0	3,139	Tinggi	33	133	0	0	3,199	Tinggi
2	IS8	37	118	11	0	3,157	Tinggi	36	110	20	0	3,096	Tinggi
3	IS9	34	120	12	0	3,133	Tinggi	34	99	33	0	3,006	Tinggi
4	IS10	38	113	15	0	3,139	Tinggi	66	91	9	0	3,343	Sangat Tinggi
Mean GS						3,143	Tinggi	Mean GO				3,149	Tinggi
No	Item	Gratification Sought						Gratification Obtained					
		SS	S	TS	STS	Mean	Kat	SS	S	TS	STS	Mean	Kat
1	I1	45	96	25	0	3,120	Tinggi	40	104	22	0	3,108	Tinggi
2	I2	55	98	13	0	3,253	Tinggi	61	86	19	0	3,253	Sangat Tinggi
3	I3	47	106	13	0	3,205	Tinggi	54	109	3	0	3,307	Sangat Tinggi
Mean GS						3,193	Tinggi	Mean GO				3,223	Tinggi
No	Item	Gratification Sought						Gratification Obtained					
		SS	S	TS	STS	Mean	Kat	SS	S	TS	STS	Mean	Kat
1	IP4	21	106	36	3	2,873	Tinggi	36	94	36	0	3,000	Tinggi
2	IP5	20	92	51	3	2,777	Tinggi	34	90	42	0	2,952	Tinggi
3	IP6	30	98	35	3	2,938	Tinggi	29	100	37	0	2,952	Tinggi
Mean GS						2,861	Tinggi	Mean GO				2,968	Tinggi

No	Item	Gratification Sought						Gratification Obtained					
		SS	S	TS	STS	Mean	Kat	SS	S	TS	STS	Mean	Kat
1	H11	76	74	16	0	3,361	Sangat Tinggi	45	107	14	0	3,187	Tinggi
2	H12	82	75	9	0	3,440	Sangat Tinggi	89	70	7	0	3,494	Sangat Tinggi
3	H13	79	78	9	0	3,422	Sangat Tinggi	89	69	8	0	3,488	Sangat Tinggi
4	H14	70	75	21	0	3,295	Sangat Tinggi	65	71	30	0	3,211	Tinggi
5	H15	72	78	16	0	3,337	Sangat Tinggi	99	60	7	0	3,554	Sangat Tinggi
Mean GS						3,351	Sangat Tinggi	Mean GO				3,418	Sangat Tinggi

Perbandingan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

Adapun deskripsi masing-masing item pernyataan dari semua indikator motif penggunaan media (*Gratification Sought*) dan kepuasan penggunaan media (*Gratification Obtained*), nilai tingkat kepuasan pada mean dari motif penggunaan media (*Gratification Sought*) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGS}} &= \frac{\sum x}{N} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGS}} &= \frac{x1 + x2 + x3 + x4}{\text{jumlahindikator}} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGS}} &= \frac{3,193 + 2,861 + 3,143 + 3,351}{4} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGS}} &= \frac{12,548}{4} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGS}} &= 3,137\end{aligned}$$

Hasil analisis pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial *snaphat* di Pekanbaru berdasarkan *Gratification Sought* menghasilkan skor rata-rata yang berada pada rentang 2,501-3,251 Hal ini

menjelaskan bahwa tingkat kepuasan mahasiswadalam menggunakan media sosial *snaphat* di Pekanbaru berdasarkan motif penggunaan media sebesar 3,386 dengan kriteria tinggi.

Dan nilai mean dari kepuasan penggunaan media (*Gratification Obtained*) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGO}} &= \frac{\sum x}{N} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGO}} &= \frac{x1 + x2 + x3 + x4}{\text{jumlahindikator}} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGO}} &= \frac{3,223 + 2,968 + 3,149 + 3,418}{4} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGO}} &= \frac{12,758}{4} \\ \bar{X}_{\text{tingkatkepuasanGO}} &= 3,189\end{aligned}$$

Tingkat Kepuasan Rate

Setelah menyajikan perhitungan rata-rata berbobot masing-masing indikator, langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat kepuasan pengguna media yang merupakan kesatuan dari setiap indikator yang telah disajikan. Nilai tingkat kepuasan tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X}_{tingkatkepuasan} = \frac{\sum x}{N}$$

$$\bar{X}_{tingkatkepuasan} = \frac{3,137 + 3,189}{2}$$

$$\bar{X}_{tingkatkepuasan} = 3,163$$

Uji validitas dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,152), dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan rentang skala yang telah ditentukan, tingkat kepuasan mahasiswa berada pada rentang 2,501-3.251. Hal ini menjelaskan bahwa hasil analisis tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial *snapchat* di Pekanbaru dilihat dari indikator informasi, identitas pribadi, interaksi sosial dan serta hiburan. Hasil akhir dari penelitian ini merujuk pada skala Tinggi (3,163) yang menunjukkan bahwa media sosial *Snapchat* merupakan media yang memuaskan pengguna mahasiswa di Pekanbaru.

c. Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Motif	Informasi	M-I1	0,814	0,152	Valid
		M-I2	0,871	0,152	Valid
		M-I3	0,83	0,152	Valid
	Identitas Pribadi	M-IP1	0,848	0,152	Valid
		M-IP2	0,790	0,152	Valid
		M-IP3	0,883	0,152	Valid
	Interaksi Sosial	M-IS1	0,922	0,152	Valid
		M-IS2	0,844	0,152	Valid
		M-IS3	0,867	0,152	Valid
		M-IS4	0,905	0,152	Valid
	Hiburan	M-H1	0,678	0,152	Valid
		M-H2	0,805	0,152	Valid
		M-H3	0,867	0,152	Valid
		M-H4	0,783	0,152	Valid
M-H5		0,798	0,152	Valid	
Kepuasan	Informasi	K-I1	0,846	0,152	Valid
		K-I2	0,837	0,152	Valid
		K-I3	0,882	0,152	Valid

	Identitas Pribadi	K-IP1	0,871	0,152	Valid
		K-IP2	0,947	0,152	Valid
		K-IP3	0,892	0,152	Valid
	Interaksi Sosial	K-IS1	0,780	0,152	Valid
		K-IS2	0,854	0,152	Valid
		K-IS3	0,871	0,152	Valid
		K-IS4	0,696	0,152	Valid
	Hiburan	K-H1	0,726	0,152	Valid
		K-H2	0,876	0,152	Valid
		K-H3	0,865	0,152	Valid
		K-H4	0,769	0,152	Valid
		K-H5	0,757	0,152	Valid

d. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dikatakan reliable bila cronbach's alpha lebih besar dari 0,60, hasil uji reliabilitas

dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel – Dimensi	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Motif – Informasi	0,787	0,6	Reliabel
Motif – Identitas Pribadi	0,792	0,6	Reliabel
Motif – Interaksi Sosial	0,907	0,6	Reliabel
Motif – Hiburan	0,843	0,6	Reliabel
Kepuasan – Informasi	0,805	0,6	Reliabel
Kepuasan – Identitas Pribadi	0,888	0,6	Reliabel
Kepuasan – Interaksi Sosial	0,804	0,6	Reliabel
Kepuasan – Hiburan	0,853	0,6	Reliabel

Pada kolom *cronbach's alpha* terlihat nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat di simpulkan bahwa konstruk pernyataan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item

pernyataan tersebut apabila di nyatakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kaplan, Andreas M dan Michael Haenlin. 2010. *User of The World, Unite! The Challenges and Oppertunities of Social Media*. Jakarta : Kompas Gramedia

Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

McQuail, D. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Jurnal :

Adnan, Hamed M dan Samira Rahimi Mavi. 2015. *Facebook Satisfaction, Life Satisfaction: Malaysian Undergraduate Experience*.

Haase, Anabel Quan dan Alyson L. Young. 2010. *Uses and Gratification of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging*.

Hardani, Dika. 2011. *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai Pengakses Internet pada Situs Detik.com*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Ruggiero, Thomas E. 2000. *Uses and Gratification Theory in the 21st Century*.

Skripsi :

Putra, Teguh Husada. 2015. *Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya pada Pengguna Media Sosial Instagram*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sumber Lain :

<http://tekno.kompas.com/read/2015/Remaja.Indonesia.Mulai.Gandrungi.Snapchat>, (diakses 4 September 2016)

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-snapchat-dan-fitur-fiturnya>, (diakses pada 4 September 2016).