

**HUBUNGAN MOTIF DENGAN KEPUASAN AUDIEN TUNARUNGU
SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

**(Studi Kuantitatif Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia
GERKATIN Kota Padang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
(S1) Dapartemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas.



**DAPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
2025**

ABSTRAK

HUBUNGAN MOTIF DENGAN KEPUASAN AUDIENS TUNARUNGU SEBAGAI PENGGUNA MEDIA SOSIAL *TIKTOK* (Studi Kuantitatif Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia GERKATIN Kota Padang)

Oleh
Anisa Mayada Sari
1810862011

Pembimbing:

Vitania Yulia, S. Sos., M. A.
Novi Elian, S.P., M. Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motif dengan kepuasan audiens tunarungu sebagai pengguna media sosial *TikTok*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh, dengan jumlah responden sebanyak 37 orang anggota Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN) Kota Padang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratifications oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973) yang menjelaskan bahwa khalayak secara aktif memilih media berdasarkan motif tertentu guna memenuhi kebutuhannya. Instrumen penelitian disusun berdasarkan dimensi motif (informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan) dan dimensi kepuasan. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi Spearman Rank dengan bantuan program SPSS versi 26.0. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,741 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara motif dan kepuasan audiens tunarungu sebagai pengguna *TikTok*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semakin tinggi motif audiens tunarungu dalam menggunakan *TikTok*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya. Motif memperoleh informasi mengenai komunitas tunarungu menjadi faktor dominan yang mendorong penggunaan *TikTok*. Media sosial *TikTok* terbukti mampu memberikan ruang representasi dan partisipasi sosial bagi kelompok difabel, khususnya tunarungu, dalam memenuhi kebutuhan informatif, ekspresi diri, dan keterhubungan sosial.

Kata Kunci: Kepuasan, Motif, *TikTok*, *Uses & Gratification*,

ABSTRACT

CORRELATION BETWEEN MOTIVES AND GRATIFICATION OF DEAF AUDIENCE AS TIKTOK SOCIAL MEDIA USERS (Quantitative Study of GERKATIN in Padang City)

By

Anisa Mayada Sari

1810862011

Supervisor:

Vitania Yulia, S. Sos., M. A.

Novi Elian, S.P., M. Si

This study aims to examine the relationship between motives and the satisfaction of deaf audiences as users of the social media platform TikTok. A quantitative approach was employed using a survey method. The sampling technique applied was a saturated sample, involving 37 respondents who are members of the Indonesian Movement for the Welfare of the Deaf (GERKATIN) in Padang City. The theoretical framework used in this study is the Uses and Gratifications Theory by Katz, Blumler, and Gurevitch (1973), which explains that audiences actively choose media based on specific motives to fulfill their needs. The research instrument was developed based on dimensions of motives (information, personal identity, integration and social interaction, and entertainment) and satisfaction dimensions. The data analysis technique used was Spearman Rank correlation assisted by SPSS version 26.0. The results showed a correlation coefficient of 0.741 with a significance value of 0.000 ($p < 0.01$), indicating a strong and significant relationship between motives and the satisfaction of deaf TikTok users. The study concludes that the higher the motive of deaf audiences in using TikTok, the higher their level of satisfaction. The dominant motive that drives TikTok usage is the desire to obtain information about the deaf community. TikTok has proven to provide a space for representation and social participation for people with disabilities, particularly the deaf, in meeting their needs for information, self-expression, and social connectedness.

Keywords: Motive, Satisfaction, TikTok, Uses & Gratification