

**MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL**

(Studi Analisis Penggunaan Media Sosial *Facebook* di kalangan
Remaja Masjid Lailatul Qodar Desa Kadilajo Klaten)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

Muhammad Helmi Ilyas
12210091

Pembimbing:

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP : 19671006 199403 1 003

JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2019



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-704/Un.02/DD/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
(STUDI ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DIKALANGAN
REMAJA MASJID LAILATUL QODAR DESA KADILAJO KLATEN)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD HELMI ILYAS
Nomor Induk Mahasiswa : 12210091
Telah diujikan pada : Jumat, 30 Agustus 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji I

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
NIP. 19680501 199303 1 006

Penguji II

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 30 Agustus 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jln Marsda Adisucipto Telp (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Helmi Ilyas

NIM : 12210091

Judul : **MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook di Kalangan Remaja Masjid Lailatul Qodar Desa Kadilajo Klaten)**

Sudah dapat diajukan kembali Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 23 Agustus 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPIP

Pembimbing


Dr. Musthofa S. Ag. M. Si
NIP. 1968013 199503 1 001


Drs. Abdul Rozak M. Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Helmi Ilyas

NIM : 12210091

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten) adalah hasil karya saya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dibahas orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Agustus 2019



Yang menyatakan,

Muhammad Helmi Ilyas

12210091

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Keluarga tercinta bapak dan ibu yang selalu memberi semangat dan dukungan sampai saat ini.
- Teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Teman-teman Remaja Masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten.
- Dosen dan staff prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

Jangan mengikuti ke mana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.

Ralph waldo emerson



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberi nikmat kepada kita semua. Tidak lupa sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW semoga kita semua mendapatkan syafaat beliau di yaumul akhir kelak. Atas rahmat Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (Studi Analisis penggunaan media sosial facebook di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten) dengan baik dan lancar. Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan setulus hati peneliti mengungkapkan terimakasih kepada :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Yudian Wahyudi,M.A.Ph.D
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Ibu Dr. Nurjanah, M.Si.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Bpk. Dr. Musthofa, S.Ag.,M.Si.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Bpk. Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
5. Dosen Pembimbing Akademik Bpk. Dr. Hamdan Daulay, M.Si.,M.A.
6. Seluruh dosen dan staff prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah tulus dan ikhlas mengajar dan memberikan layanan terbaik selama perkuliahan.

7. Orang tua, dan keluarga besar saya yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan do'a, dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Mukhammad Shodri Rinjani yang telah sudi memberikan tumpangan kos selama pengerjaan skripsi dan memberikan semangat.
9. Abel Restu Nugroho yang senantiasa menemani dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Segenap pihak yang telah membantu penelitian ini, utamanya teman-teman remaja Masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten semoga Allah memberikan pahala dan membalas atas segala bantuanya.

Akhir kata peneliti mengakui skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi kualitas penelitian berikutnya. Peneliti berharap semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 19 Agustus 2019

Hormat saya,

Muhammad Helmi Ilyas

NIM. 12210091

ABSTRAK

Muhammad Helmi Ilyas, 12210091. 2019. Skripsi : Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Studi Analisis Penggunaan Media Sosial *Facebook* di Kalangan Remaja Masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten). Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam mengakses media sosial *Facebook*, serta mengetahui ada atau tidaknya antara variabel motif dan kepuasan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori *Use and Gratification* dengan definisi konsep berupa motif dan kepuasan penggunaan media sosial.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, angket dan wawancara. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Chi Square, kemudian diuji keceratan kolerasinya koefisien kotengensi.

Hasil analisis data menunjukan bahwa motif penggunaan media sosial facebook remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten tergolong pada tingkatan rendah sedangkan tingkat kepuasan penggunaan media sosial *Facebook* pada tingkatan sedang.

Dari hasil analisis menggunakan rumus chi kuadrat atau chi-square dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara motif penggunaan media sosial facebook dengan kepuasan penggunaan media sosial *Facebook*, yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata kunci: Motif, Kepuasan, *Use and Gratification*, *Facebook*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Kerangka Teori.....	8
G. Hipotesis.....	16
H. Sistematika Penelitian	17
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	19
A. Jenis Analisis Penelitian.....	19
B. Definisi Konseptual.....	19
C. Definisi Operasional.....	24

D. Populasi dan Operasional.....	28
E. Instrumen Penelitian.....	29
F. Validitas dan Reabilitas.....	31
G. Metode Analisis Data.....	33
BAB III GAMBARAN UMUM	36
A. Gambaran Umum Masjid Lailatul Qodar	36
B. Gambaran Umum <i>Facebook</i>	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Karakteristik Responden	45
B. Deskriptif Variabel.....	48
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Motif Media Sosial	24
Tabel 2	Definisi Operasional Kepuasan Menggunakan Media Sosial.....	26
Tabel 3	Alternatif Jawaban	30
Tabel 4	Hasil Uji Reliabelitas	32
Tabel 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 8	<i>Social Interaction</i>	49
Tabel 9	<i>Information Seeking</i>	50
Tabel 10	<i>Pass Time</i>	51
Tabel 11	<i>Entertainment</i>	52
Tabel 12	<i>Relaxation</i>	53
Tabel 13	<i>Expression Of Opinions</i>	54
Tabel 14	<i>Communicatory</i>	55
Tabel 15	<i>Confenience Utility</i>	56
Tabel 16	<i>Information Sharing</i>	57
Tabel 17	<i>Surveillance/Knowledge about other</i>	58
Tabel 18	<i>Facebook</i>	59
Tabel 19	<i>Social Interaction</i>	61
Tabel 20	<i>Information Seeking</i>	62
Tabel 21	<i>Pass Time</i>	63

Tabel 22	<i>Entertainment</i>	64
Tabel 23	<i>Relaxation</i>	66
Tabel 24	<i>Expressiom Of Opinions</i>	67
Tabel 25	<i>Communicatory Utility</i>	68
Tabel 26	<i>Convenience Utility</i>	69
Tabel 27	<i>Information Sharing</i>	71
Tabel 28	<i>Facebook</i>	72
Tabel 29	Motif Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i> Kepuasan Media Sosial <i>Facebook</i>	74
Tabel 30	Chi-Square Tests	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Masjid Lailatul Qodar	36
Gambar 2	Kegiatan TPA.....	40
Gambar 3	Kegiatan Hadroh	41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era Informasi ditandai dengan perkembangan dalam bidang teknologi dan informatika yang pesat. Membahas mengenai Media Massa juga tidak akan luput dari masalah pemberdayaan teknologi informatika. Hal ini dikarenakan kecenderungan aspek kehidupan termasuk media massa di era global sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, terutama teknologi komputer dan internet. Dengan adanya perkembangan teknologi seperti sekarang ini, masyarakat mau tidak mau harus juga mengikuti perkembangan teknologi dalam mendapatkan informasi atau hiburan lainnya yang terintegrasi dalam media komunikasi khususnya dalam *new media*. Istilah *new media* yaitu penggunaan digital media atau sering disebut internet.¹

Sebagian besar aktivitas kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan internet. Penggunaan media baru dalam setiap lini kehidupan memudahkan masyarakat untuk menerima dan menyebarkan informasi dengan cepat. Jumlah pengguna Internet di Indonesia kini terus bertambah. Data Badan Pusat Statistik pada 2011-2015 tercatat untuk kelompok usia 25- 64 tahun, 79,02 persen mengakses internet

¹ Chastia Hastasari, dkk. *New Media : Teori dan Aplikasi* (Surakarta : Lindu Pustaka, 2011)

berada di perkotaan dan hanya 20,98 persen penduduk pedesaan yang gemar berselancar dalam jaringan (daring). Adapun pembagian berdasarkan jenis kelamin para akses internet tahun 2015 adalah 59,08 persen laki-laki dan 40,92 persen perempuan. Khusus wilayah perkotaan jumlah data terpilah penduduk usia 25-64 tahun yang berinternet ialah 22,87 persen perempuan dan 31,37 persen laki laki².

Seperti kita ketahui bersama bahwa pemanfaatan media sosial pada dekade ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media berkomunikasi semata, namun juga sebagai sumber informasi selain media konvensional seperti media cetak dan internet. Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen- elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh

Media sosial banyak di gunakan di kalangan masyarakat. Mulai dari pelajar, pebisnis, mahasiswa, pegawai kantor, orang tua, kalangan menengah ke atas, bahkan kalangan menengah ke bawah pun juga ikut punya akun media sosial. Semakin banyak yang membuat akun-akun di

²Gusmia Arianti, “Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path”, *Wacana*, Volume 16 No. 2 (Desember 2017), hlm. 180 - 192

media sosial ini, maka akan tercipta suatu ketergantungan masyarakat terhadap media sosial dan mereka tidak akan lepas dari namanya kecanduan media sosial. Penggunaan media memerankan peran aktif dalam mengkonsumsi media berdasarkan motif-motif tertentu, bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (selectivity).³

Beraneka ragam informasi yang mudah kita dapat dari media sosial seperti halnya informasi politik, bisnis, fasion, ekonomi dan sebagainya. Berangkat dari penjelasan di atas peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang motif dan kepuasan penggunaan media sosial di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten. Di sini peneliti lebih memfokuskan untuk mengangkat media sosial *Facebook* sebagai obyek kajian. *Facebook* sendiri dirilis pada 4 februari 2004 dan pendiri facebook adalah Mark Zuckerberg, pada awalnya *Facebook* hanya digunakan untuk lingkungan sendiri dimana *Facebook* digunakan untuk komunikasi antar mahasiswa lulusan Harvard dan mantan murid Ardsley High School. akan tetapi kenyataanya sekarang media sosial *Facebook* telah menjamur di seluruh penjuru dunia.

Di Negara kita Indonesia *Facebook* bukan lagi menjadi suatu yang tabu namun *Facebook* sudah sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Maka dari itu

³ Rachmat Kyiantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) hal. 65

peneliti sangat tertarik untuk mengetahui apa saja motif dari penggunaan *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten sebagai media sosial dan informasi, serta untuk mengetahui tingkat kepuasan mereka terhadap media sosial *Facebook* tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja motif penggunaan media sosial *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten?
2. Bagaimana tingkat kepuasan penggunaan media sosial *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten?
3. Bagaimana hubungan antara motif dan kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam menggunakan media sosial *Facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai, yaitu :

1. Untuk mengetahui motif remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam mengakses media sosial *Facebook*.

2. Untuk mengetahui kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten setelah mengakses media sosial *Facebook*.
3. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam menggunakan media sosial *Facebook*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan pengetahuan ilmiah dan diharapkan dapat memperkaya dibidang kajian ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi motif dan kepuasan penggunaan media sosial.

2. Manfaat Praktis

Menambah wawasan keilmuan penulis di samping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur untuk penelitian yang semakin mendalam, baik dilokasi yang sama maupun dilokasi yang lain. dengan demikian, secara berangsur-angsur perbendaharaan informasi yang sistematis tentang *Uses and Gratification* dapat dijadikan bahan untuk perumusan teori dan model penelitian di bidang tersebut. Dan bisa dijadikan pedoman atau referensi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan suatu penelitian untuk penyusunan proposal skripsi ini, maka langkah awal penulis tempuh adalah dengan mengadakan tinjauan pustaka terlebih dahulu. Tinjauan pustaka adalah melihat dan membandingkan pembahasan dari teori penelitian ini dengan yang lain. Dari berbagai macam buku dan literatur serta skripsi yang penulis baca, maka tidak menutup kemungkinan ada sedikit kesamaan dalam isi buku dan skripsi yang telah ada. Kesamaan dan keseluruhan isi, teori dan metodologi itu sama sekali tidak sengaja penulis disebabkan oleh keterbatasan referensi penulis. Adapun penelitian yang lain tersebut di antaranya :

1. **Pertama**, riset tentang Kepuasan Pendengar Terhadap Program *Sonora News* di Radio Sonora Surabaya, yang ditulis oleh Eunike Laura C.S, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. Teori yang digunakan adalah teori *Uses and Gratification* yang mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini menekankan pada khalayak yang aktif menentukan pilihan atas media massa yang dipilihnya. Radio Sonora Surabaya merupakan subjek penelitian yang dipilih peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pendengar terhadap program berita yang disebut *Sonora News* di Radio Sonora Surabaya setelah perubahan target usia pendengar tersebut. Penelitian ini menggunakan metode survey.

motif yang paling terpuaskan adalah motif kebiasaan/*ritualistic nature*.

Motif yang terpuaskan lainnya adalah informasi/berita dan pengawasan. Sedangkan motif yang tidak terpuaskan adalah pengalihan. Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Eunike Laura C.S adalah sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification*. Namun, letak perbedaannya adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pendengar terhadap program berita yang disebut *Sonora News* di Radio Sonora Surabaya.

2. **Kedua**, penelitian mengenai Korelasi Antar Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolobangsan, yang ditulis oleh Ika Nur Fitriani, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islma Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dan pendekatan atau metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penelitian survey menggunakan alat kuesioner dalam mengukur tingkat motif dan kepuasan informasi menonton sinetron Tukang Bubur Naik Haji pada masyarakat Gowok Nolobangsan.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti

dengan yang dilakukan Ika Nur Fitriani adalah sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification*. Namun, letak perbedaannya adalah penelitian ini meneliti mengenai Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolobangsan.

3. **Ketiga**, Penelitian yang berjudul “Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa”. Karya Heru Angga Setiawan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.⁴ Skripsi ini membahas tentang akun instagram sebagai media informasi. letak perbedaannya adalah penelitian ini meneliti mengenai akun instagram, dan meneliti instagram tentang Dompot Dhuafa.

F. Kerangka Teori

1. Teori Pertemuan Dengan Media

Melvin DeFluer dan Sandra Ball Rokeach melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis, yaitu:⁵

- 1) Perspektif Perbedaan Individual.

Perspektif Perbedaan Individual memandang bahwa

⁴ Heru Angga Setiawan, *Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa*, skripsi, diterbitkan (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

⁵ Jalaludin Rakhmat, *Sikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 201

sikap dan organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimanana individu memilih stimulus dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimulus tersebut. Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa setiap orang akan mengalami pengaruh yang berbeda terhadap media massa berdasarkan pengalaman belajar, potensi biologis, dan lingkungan seseorang.

2) Perspektif Kategori Sosial.

Perspektif Kategori Sosial menjelaskan bahwa terdapat golongan sosial pada masyarakat yang berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal dan keyakinan beragama. Bisa diartikan bahwa setiap anggota kelompok yang berdasarkan kategori tersebut akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberikan respon yang hampir sama pula.

3) Perspektif Hubungan Sosial

Perspektif Hubungan Sosial menjelaskan bahwa pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Secara singkat terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media. Faktor tersebut meliputi organisasi personal psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai,

kepercayaan, serta bidang pengalaman.

2. Teori *Uses and Gratification*

Uses and Gratification adalah suatu teori, investigasi dan inkuiri tentang kegunaan atau pemanfaatan media massa oleh publik atau masyarakat penggunaanya dalam upaya – upaya media memberikan pelayanan informasi kepada publiknya, berdasarkan saling kepentingan kedua belah pihak tersebut. Teori *uses and gratification* adalah perkembangan dari teori jarum hipodermik, media bersaing sebaik mungkin menjadi pemenuh kebutuhan khalayak, memperbaiki setiap fiturnya, progresif memperbaharui media, membuat khalayak tidak bosan untuk menggunakannya.⁶

Asumsi dikemukakan oleh Katz, Blumber dan Gurevitch tentang *uses and gratification* yang berupa⁷ :

- a. Khalayak dianggap berperan aktif, sebagai bagian penting bagi media massa.
- b. Dalam proses komunikasi massa, khalayak menjadi inisiatif untuk mengaitkan antara pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media.
- c. Media massa bersaing untuk memuaskan kebutuhan khalayak, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi

⁶Aan, Munawar Syamsudin, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) hlm. 76

⁷ Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm.28-29.

tergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.

- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Teori ini termasuk ke dalam tradisi sosio-psikologis, dimana tradisi ini memandang bahwa individu sebagai makhluk sosial. Setiap individu pasti menyadari bahwa dirinya memiliki suatu hal yang sama dalam kepemilikan otak, tubuh, dan akal dengan individu lainnya, tetapi hal itulah yang membatasi individu satu dengan individu lainnya. Meskipun kembar identik pasti memiliki perbedaan sikap dan perilaku tidak ada manusia yang benar-benar sama dalam hal ini. Kemungkinan masing-masing individu memiliki karakteristik dalam suatu hubungan komunikasi.

Tradisi ini banyak membantu dalam teori komunikasi, karena tradisi ini bisa membantu dalam memahami keadaan sosial, dimana pribadi menjadi penting di dalamnya atau bagaimana penilaian seseorang (*judgements*), bisa karena adanya faktor kepercayaan (*belief*) dan perasaan (*feeling*) serta bagaimana seseorang

memiliki pengaruh terhadap orang lain. Penelitian yang dilakukan pada tradisi ini memandang bahwa mekanisme proses pengolahan informasi berda di luar kesadaran manusia. Sebagai komunikator mungkin akan sadar bila memberikan suatu pesan karena rencana dan tindakan, tetapi proses internal yang terjadi tidaklah disadari.⁸

Maka teori ini digunakan dalam penelitian, guna menemukan jawaban apa yang ada dibalik penggunaan khalayak terhadap media yang ada di era media baru, kebutuhan dan kepuasan yang terpenuhi dengan penggunaan terhadap media sosial.

a. Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata “motive” yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka

⁸Morissan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm.36-37

mencapai tujuan ataupun kepuasan.⁹

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, sehingga tingkatan kepuasan ataupun kebutuhan yang didapat pasti berbeda setiap individunya. Motif dihubungkan dengan segala konsumsi media dalam faktor yang berhubungan dengan hal yang menjadi dorongan pengguna menggunakan media. Kategori umum motif penggunaan media biasanya mencari informasi, pengalihan diri dari kejenuhan, identitas pribadi, serta hubungan personal.

Motif dalam penelitian ini disebut Gratification Sought (GS). Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Dan indikator motif informasi antara lain sebagai berikut¹⁰:

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang

⁹ Jalaludin Rakhmat, *Motode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2001), hal.23

¹⁰ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 72

berkaitan dengan penentuan pilihan.

3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
4. Belajar, pendidikan diri sendiri.
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan .

b. Kepuasan Penggunaan Media

Kepuasan berasal dari kata “puas” (bentuk kata sifat) yang berarti “merasa” senang lega, kenyang, dan sebagainya karena sudah merasa secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat hatinya. Sedangkan “kepuasaan” (bentuk kata benda) yang diartikan sebagai suatu perihal atau perasaan puas, kelegaan, dan sebagainya. Faktor penting yang harus diperhatikan saat ini adalah kepuasan khalayak. Jika pelanggan tidak puas, dia akan menghentikan bisnisnya. Semua upaya dilakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul tidak ada artinya sama sekali jika tidak berusaha untuk memuaskan pelanggan.

Dalam penelitian *Uses and Gratification*, kepuasan disebut dengan *Gratification Obtained* (GO), yaitu kepuasan senyatanya (riil, nyata) yang diperoleh setelah seseorang menggunakan media massa¹¹. Fokus penelitian ini mempertanyakan

¹¹ *Ibid*, hlm.80

apakah motif dan kepuasan dalam menggunakan media *Facebook*.

Indikator kepuasan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut¹²:

1. Mendapatkan berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mendapatkan bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.

c. Hubungan Motif dan Kepuasan.

Hubungan adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier (searah bukan timbak balik) antara dua variabel atau lebih. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi).¹³ Hubungan dalam penelitian ini adalah Hubungan motif dan kepuasan remaja Masjid Lailatul Qodar desa Kdilajo Klaten dalam mengakses media sosial Facebook. Korelasi ini dilihat berdasarkan motif dan kepuasan (*Use and Gratification*) informasi penggunaan

¹² Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 72

¹³ Rachmat, Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Diserti Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 170.

Facebook.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori *Use and Gratification*, teori ini menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audien sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu.

Para pengguna *Facebook* ini tentu memiliki motif atau kebutuhan tertentu yang ingin dapat dipenuhi setelah melihat media sosial tersebut. Teori *Use and Gratification* akan digunakan sebagai pisau analisis penelitian ini.

G. Hipotesis

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan kerangka teori yang sudah diuraikan diatas maka akan dapat diajukan hipotesis kerja sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian ini:

1. Hipotesis Kerja (H_a)

Hipotesis (alternatif) kerja yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: ada hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan dalam penggunaan media sosial *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten.

2. Hipotesis Nol (H_o)

Karena H_a diuji secara statistik maka diubah

menjadi hipotesis nol (H_0), yaitu: tidak ada hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan dalam penggunaan media sosial *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini bersifat sistematis, maka penulisan membaginya menjadi lima bab yang tiap-tiap babnya terdiri dari sub-sub bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan metode analisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menguraikan terkait penggunaan Media Sosial *Facebook* di kalangan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten.

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Hasil penelitian dan pembahasan, berisi: Deskripsi data penelitian, Motif (Gratifications Sought), Kepuasan (Gratifications Obtained), Analisis hubungan dua variabel motif dan kepuasan.

BAB V PENUTUP

Merupakan penutup, penulis mencoba menarik kesimpulan dari temuan dan analisis penelitian yang didapat serta memberikan saran sebagai masukan dari penulis. Dan penulis mencantumkan daftar pustaka yang dipakai sebagai rujukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data pada penelitian yang berjudul “Motif Dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Studi Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook di kalangan Remaja Masjid Lailatul Qodar Desa Kadilajo Klaten)” dengan menggunakan analisis deskriptif, maka kesimpulan yang didapat berdasarkan rumusan masalah adalah:

1. Tingkat motif remaja masjid Lailatul Qodar dilihat dari 30 responden 9 responden atau 30 % berada pada posisi tinggi, kemudian 6 responden atau 20 % berada pada posisi sedang, dan 15 responden atau 50 % berada pada posisi rendah. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa motif mengakses media sosial *facebook* tergolong pada tingkat rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan persentase sebesar 50 % atau sejumlah 15 responden. Yang berarti tingkat motif remaja masjid Lailatul Qodar Kadilajo cenderung rendah dalam mengakses media sosial *facebook*.
2. Tingkat kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar dari 30 responden 8 responden atau 26,7 % berada pada posisi tinggi, kemudian 18 responden atau 60 % berada pada posisi sedang, dan 4 responden atau 13,3 % berada pada

posisi rendah. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mengakses media sosial *facebook* tergolong pada tingkat rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan persentase sebesar 60 % atau sejumlah 18 responden. Yang berarti tingkat kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar Kadilajo cenderung sedang dalam mengakses media sosial *facebook*.

3. Dari hasil analisi menggunakan rumus chi kuadrat atau chi-square dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan remaja masjid Lailatul Qodar desa Kadilajo Klaten dalam mengakses media sosial *Facebook* hal ini dikarenakan perolehan hasil chi kuadrat atau chi-square 0,787 lebih besar dari 0.05. maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah :

1. Untuk pengguna media sosial khususnya Facebook untuk lebih bijak dan berhati-hati dalam menggunakan media sosial untuk sarana mencari informasi-informasi atau berita terkini dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar mampu melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang lebih

berfariasi dan metode penelitian yang lebih matang. Mengangkat sisi lain dari media sosial yang bertema dakwah islam dan mengembangkan teori Use and Gratification yang lebih baik lagi dengan tema yang lebih berfariatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) hlm.
- Angga Setiawan, Heru. *Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompok Dhuafa*, skripsi, diterbitkan (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).
- Arianti, Gusmia. “Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path”, *Wacana*, Volume 16 No. 2 (Desember 2017)
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT. Rajafindo Perkasa, 2012)
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial : Format Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya : Airlangga University Press, 2001).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi : Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian* (Malang: UMM Press, 2010)
- Hastasari, Chastia dkk. *New Media : Teori dan Aplikasi* (Surakarta : Lindu Pustaka, 2011)
- Kriyantoro, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising*,

Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.
(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009)

Kriyanto, Rachmat *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006).

Kyiantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006).

Matondang, Zulkifli. "Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian", *Jurnal Tabularasa*, vol. 6: 1 (2009).

McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996)

Morissan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013)

Muhson, Ali. "Teknik Analisis Kuantitatif", *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta* (2006).

Narimawati, Umi. *Teknik Teknik Analisis Multivariat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).

Nursih Wahyuni, Isti. *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)

Rahmat, Jalaluddin *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Karya, 1985).

Rakhmat, Jalaludin. *Motode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2001)

Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi.

Yuli Nugraheni dan Anastasia Yuni Widyaningrum. “Motif Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Dalam Menggunakan Media Sosial:”, *KOMUNIKATIF*, vol. 6 : 2 (2018).



KUISONER
MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL
(STUDI ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DI KALANGAN REMAJA MASJID
LAILATUL QODAR DESA KADILAJO KLATEN)

Oleh : Muhammad Helmi Ilyas
Komunikasidan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaannya untuk menjawab seluruh pertanyaan kuisioner.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian pilihlah jawaban dengan memberikan tanda () pada jawaban yang sesuai dengan keadaan/ sesuai yang dirasakan.
3. Ada empat pilihan jawaban, yaitu:
 - a. Puas
 - b. Agak
 - c. Kurang
 - d. Tidak

4. Mohon setiap pertanyaan di isi dengan lengkap dan sesuai petunjuk pengisian.

DATA RESPONDEN

NO. RESPONDEN :

NAMA :

TEMPAT TANGGAL LAHIR :

JENIS KELAMIN :

UMUR :

PENDIDIKAN :

Kuis oner Motif Penggunaan Media Sosial Facebook

NO	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah anda memiliki akun media sosial Facebook		
2	Menggunakan media sosial untuk bersosialisasi dengan pengguna lain		
3	menggunakan media sosial untuk mencari informasi pendidikan, agama, olahraga, kesehatan, artis dan lain sebagainya.		

4	Menggunakan media sosial disaat memiliki waktu luang atau saat sedang bosan dan sedang tidak melakukan aktivitas apapun untuk mengakses media sosial.		
5	Menggunakan media sosial sebagai sumber hiburan.		
6	Menggunakan media sosial sebagai tujuan relaksasi		
7	Menggunakan untuk mengekspresikan pemikiran atau gagasan dan opini		
8	Menggunakan media sosial untuk memberikan berbagai hal untuk dibicarakan dengan orang lain		
9	Menggunakan media sosial untuk menyenangkan pengguna		
10	Menggunakan media sosial untuk berbagi informasi.		
11	Menggunakan media sosial untuk melihat kegiatan orang lain		

Kuisoner Kepuasan Penggunaan Media Sosial Facebook

NO	PERTANYAAN	Puas	Agak	Kurang	Tidak
1	Dapat Menggunakan media sosial untuk bersosialisasi dengan pengguna lain				
2	Dapat menggunakan media sosial untuk mencari informasi pendidikan, agama, olahraga, kesehatan, artis dan lain sebagainya.				
3	Dapat menggunakan media sosial disaat memiliki waktu luang atau saat sedang bosan dan sedang tidak melakukan aktivitas apapun untuk mengakses media sosial.				
4	Dapat menggunakan media sosial sebagai sumber hiburan				
5	Dapat menggunakan media sosial sebagai tujuan relaxation				
6	Dapat menggunakan untuk mengekspresikan pemikiran atau gagasan dan opini				
7	Dapat Menggunakan media sosial untuk memberikan berbagai hal untuk dibicarakan dengan orang lain				
8	Dapat menggunakan media sosial untuk menyenangkan diri				

9	Dapat menggunakan media sosial untuk berbagi				
---	--	--	--	--	--



LAMPIRAN. DESKRIPTIF X

Apakah anda memiliki akun media sosial Facebook

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	30	100,0	100,0	100,0

Menggunakan media sosial untuk bersosialisasi dengan pengguna lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	20	66,7	66,7	66,7
Valid Ya	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

menggunakan media sosial untuk mencari informasi pendidikan, agama, olahraga, kesehatan, artis dan lain sebagainya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	15	50,0	50,0	50,0
Valid Ya	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan media sosial disaat memiliki waktu luang atau saat sedang bosan dan sedang tidak melakukan aktivitas apapun untuk mengakses media sosial.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	13	43,3	43,3	43,3
Valid Ya	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan media sosial sebagai sumber hiburan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	15	50,0	50,0	50,0
Valid Ya	15	50,0	50,0	100,0

Total	30	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Menggunakan media sosial sebagai tujuan relaksasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	12	40,0	40,0	40,0
Valid Ya	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan untuk mengekspresikan pemikiran atau gagasan dan opini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	11	36,7	36,7	36,7
Valid Ya	19	63,3	63,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Menggunakan media sosial untuk memberikan berbagai hal untuk
dibicarakan dengan orang lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	13	43,3	43,3	43,3
Valid Ya	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan media sosial untuk menyenangkan pengguna

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	10	33,3	33,3	33,3
Valid Ya	20	66,7	66,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan media sosial untuk berbagi informasi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	2	6,7	6,7	6,7

Ya	28	93,3	93,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Menggunakan media sosial untuk melihat kegiatan orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	13	43,3	43,3	43,3
Valid Ya	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	



LAMPIRAN. DESKRIPTIF Y

Dapat Menggunakan media sosial untuk bersosialisasi dengan pengguna lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	1	3,3	3,3	3,3
Kurang	11	36,7	36,7	40,0
Valid Agak	10	33,3	33,3	73,3
Puas	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial untuk mencari informasi pendidikan, agama, olahraga, kesehatan, artis dan lain sebagainya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	1	3,3	3,3	3,3
Kurang	11	36,7	36,7	40,0
Valid Agak	6	20,0	20,0	60,0
Puas	12	40,0	40,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial disaat memiliki waktu luang atau saat sedang bosan dan sedang tidak melakukan aktivitas apapun untuk mengakses media sosial.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang	13	43,3	43,3	43,3
Valid Agak	12	40,0	40,0	83,3
Puas	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial sebagai sumber hiburan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	6	20,0	20,0	20,0
Valid Kurang	10	33,3	33,3	53,3

Agak	4	13,3	13,3	66,7
Puas	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial sebagai tujuan relaxation

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang	15	50,0	50,0	50,0
Agak	4	13,3	13,3	63,3
Puas	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan untuk mengekspresikan pemikiran atau gagasan dan opini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang	17	56,7	56,7	56,7
Agak	4	13,3	13,3	70,0
Puas	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat Menggunakan media sosial untuk memberikan berbagai hal untuk dibicarakan dengan orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	3	10,0	10,0	10,0
Kurang	6	20,0	20,0	30,0
Agak	11	36,7	36,7	66,7
Puas	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial untuk menyenangkan diri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	5	16,7	16,7	16,7
Kurang	4	13,3	13,3	30,0
Agak	12	40,0	40,0	70,0

Puas	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Dapat menggunakan media sosial untuk berbagi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	5	16,7	16,7	16,7
Kurang	5	16,7	16,7	33,3
Valid Agak	11	36,7	36,7	70,0
Puas	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

LAMPIRAN. CHI SQUARE

Motif Penggunaan Media Sosial Facebook * Kepuasan Penggunaan Media Sosial Facebook
Crosstabulation

		Kepuasan Penggunaan Media Sosial Facebook		
		Tinggi	Sedang	Rendah
Motif Penggunaan Media Sosial Facebook	Count	2	6	1
	Expected Count	2,4	5,4	1,2
	Tinggi	6,7%	20,0%	3,3%
	% of Total			
	Count	2	4	0
	Expected Count	1,6	3,6	,8
	Sedang	6,7%	13,3%	0,0%
	% of Total			
	Count	4	8	3
	Expected Count	4,0	9,0	2,0
Rendah	Count			
	Expected Count			
Total	Count	8	18	4

Expected Count	8,0	18,0	4,0
% of Total	26,7%	60,0%	13,3%

ADA 8 RESPONDEN atau 26,7% yang motif Rendah sekaligus kepuasan Sedang.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,722 ^a	4	,787
Likelihood Ratio	2,454	4	,653
Linear-by-Linear Association	,071	1	,790
N of Valid Cases	30		

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,80.

Karena nilai sig 0,787 > 0,05 maka tidak ada hubunganb antara motif dan kepuasan.

LAMPIRAN UNIVARIAT

Motif Penggunaan Media Sosial Facebook

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tinggi	9	30,0	30,0	30,0
Sedang	6	20,0	20,0	50,0
Rendah	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Kepuasan Penggunaan Media Sosial Facebook

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tinggi	8	26,7	26,7	26,7
Sedang	18	60,0	60,0	86,7
Rendah	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

RESP	Butir 1	Butir 2	Butir 3	Butir 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Butir 8	Butir 9	TOTAL	%	KATEGORI	KODE
1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	15	41.7%	Rendah	3
2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	22	61.1%	Sedang	2
3	2	2	3	2	4	2	4	4	3	26	72.2%	Sedang	2
4	2	1	3	1	2	2	1	1	1	14	38.9%	Rendah	3
5	4	4	3	4	3	3	1	1	2	25	69.4%	Sedang	2
6	4	3	3	2	4	4	4	4	4	32	88.9%	Tinggi	1
7	2	2	2	2	4	2	3	1	1	17	47.2%	Rendah	3
8	2	4	3	1	4	4	4	3	3	28	77.8%	Tinggi	1
9	2	3	2	2	2	2	3	3	4	23	63.9%	Sedang	2
10	3	4	3	4	2	2	3	3	3	27	75.0%	Sedang	2
11	3	4	2	4	2	2	2	2	2	23	63.9%	Sedang	2
12	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21	58.3%	Sedang	2
13	3	4	4	3	4	4	2	2	1	27	75.0%	Sedang	2
14	4	2	3	1	2	2	4	4	4	26	72.2%	Sedang	2
15	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33	91.7%	Tinggi	1
16	3	2	2	3	2	2	3	4	3	24	66.7%	Sedang	2
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	97.2%	Tinggi	1
18	2	4	4	4	2	4	3	3	3	29	80.6%	Tinggi	1
19	3	4	3	3	4	4	3	3	4	31	86.1%	Tinggi	1
20	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33	91.7%	Tinggi	1
21	3	2	2	2	4	2	1	1	1	19	52.8%	Rendah	3
22	2	4	2	1	4	4	4	3	3	27	75.0%	Sedang	2
23	2	3	2	2	2	3	3	3	4	24	66.7%	Sedang	2
24	3	4	3	4	2	2	3	3	3	27	75.0%	Sedang	2
25	3	3	2	4	3	2	2	3	2	24	66.7%	Sedang	2
26	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21	58.3%	Sedang	2
27	3	4	4	2	4	4	2	2	1	26	72.2%	Sedang	2
28	4	2	3	1	2	2	4	2	4	24	66.7%	Sedang	2
29	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33	91.7%	Tinggi	1
30	3	2	2	3	2	2	3	4	2	23	63.9%	Sedang	2



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: UIN.02/L.3/PM.03.1/P3.102/2016

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada

Nama	Muhammad Helmi Ilyas
Tempat, dan Tanggal Lahir	Klaten, 29 Juli 1992
Nomor Induk Mahasiswa	12210091
Fakultas	Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) integrasi-interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2015/2016 (Angkatan ke-89), di :

Lokasi	Banaran
Kecamatan	Gekur
Kabupaten/Kota	Kab. Kulonprogo
Provinsi	D.I. Yogyakarta

dan tanggal 20 Juni s.d. 31 Juli 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,79 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munasqiyah Skripsi.



Yogyakarta, 15 September 2016

Melalui

Dr. Phil. Al Mahin, S.Ag., M.A.

NIP. : 19720912 200112 1 002



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALLAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.1.219/2019

This is to certify that:

Name : **Muhammad Helmi Ilyas**
Date of Birth : **July 28, 1992**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **July 15, 2019** by Center for Language Development of State Islamic
University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	37
Reading Comprehension	46
Total Score	417

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, July 15, 2019
Director,

Dr. Sembodo Arbi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: N.02/L4/PM.03.2/K.21.2.125/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Muhammad Helmi Ilyas :

تاريخ الميلاد : ٢٨ يوليو ١٩٩٢

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٩ يوليو ٢٠١٩، وحصل على
درجة :

٤٥	فهم المسموع
٣١	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣١	فهم المقروء
٣٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكاكرتا، ٩ يوليو ٢٠١٩
السيد



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
رقم التوظيف : ١٩٦٨-٩١٥١٩٩٨-٣١-٠٥



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada:
Nama : Muhammad Helmi Iyaz
NIM : 12210091
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Angka	Nilai
1.	Microsoft Word	90	A.
2.	Microsoft Excel	40	E
3.	Microsoft Power Point	85	B.
4.	Internet	80	B
5.	Total Nilai	73,75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



Angka	Nilai	Predikat
85 - 100	A	Sangat Memuaskan
75 - 85	B	Memuaskan
65 - 75	C	Cukup
55 - 65	D	Kurang
50 dan di bawah	E	Sangat Kurang

Nomor: UIN-02/R.339/00.9/2753.C/2012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MUHAMMAD HELMI ILYAS
NIM : 12210081
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013
Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 Jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012
a.n. Rektor
Penjabat Rektor Bidang Kemahasiswaan



Dr. H. Ahmad Rifa'i, M.Pd.
NIP. 19620905 198603 1006



LABORATORIUM AGAMA
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Jl. Marsda Keduwipito Yogyakarta 551836 Email: labda@uinsu.ac.id

SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa

MUHAMMAD BELMIHAYAS

122101091

LULUS

Ujian semester II Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



Dr. H. Waryono, M.Ag.
NIP. 19701010 199903 1 002

Yogyakarta, 13 Juni 2014
Ketua

Dr. Sriharini, M.S.
NIP. 19710326 199703 2 001

INTEGRATIF-INTERKONKUTIF

DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsudi Adiningsih, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552210
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

Nomor : B- /Un.02/DD.1/PN.01.1/09/2019
Lampiran : 1 (satu) bendel
Hal : Izin Penelitian

1 September 2019

Kepada
Yth. TAKMIR MASJID LAILATUL QODAR
DESA KADILAJO KLATEN
ditempat

Assalamu'alaikum Wc. Wb

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin penelitian riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

Nama : **Muhammad Helmi Ilyas**
NIM/Jurusan/ : 12210091/ KPI
Semester : XIV
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Klaten, 28 Juli 1992
Lokasi Penelitian : Kadilajo, Karangmonsko, Klaten
Metode Penelitian : Kuantitatif
Waktu Penelitian : 28 Juli s.d 18 Agustus 2019
Pembimbing : Drs. Abdul Rozak, M. Pd.
Judul : MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KALANGAN REMAJA MASJID LAILATUL QODAR DESA KADILAJO KLATEN)

Kami mohon agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data guna penyusunan skripsi.

Demikian, atas izin dan kerjasama Saudara kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wc. Wb

an Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Pengembangan Lembaga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap	: Muhammad Helmi Ilyas
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat Tanggal Lahir	: Klaten, 28 Juli 1992
Alamat Asal	: Kalikajar, Kadilajo, Karangnongko, Klaten
Alamat Tinggal	: Kalikajar, Kadilajo, Karangnongko, Klaten
Email	: Shothelotherz64@Gmail.Com
No. Hp	: 085640684686

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Sd Negri Jeblok, Lulus Tahun, 2003
2. Mts Al-Muttaqin Pancasila Sakti, Lulus Tahun, 2006
3. Ma Nu Tbs Kudus, Lulus Tahun 2010

