

**HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
CORDOVA MEDIA (@CORDOVA.MEDIA) DENGAN
MOTIVASI DAKWAH ANGGOTA LEMBAGA DAKWAH
KAMPUS SUNAN KALIJAGA**



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:

Maulidiyah Putri

NIM: 15210019

Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.

NIP: 19661209 199403 1 004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019

ABSTRAK

Dengan berbagai macam fitur menarik yang ditawarkan, Instagram kini telah menjadi salah satu platform media sosial unggulan yang banyak dimanfaatkan sebagai wadah untuk menyampaikan informasi, menuangkan eksistensi, ajang promosi dan publikasi hingga media untuk berdakwah. Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mendakwahkan Islam adalah akun Cordova Media (@cordova.media).

Salah satu organisasi yang beberapa anggotanya telah menjadi bagian dari *followers* aktif akun Instagram Cordova Media adalah Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Sunan Kalijaga. Dengan identitas dan gerakannya sebagai sebuah lembaga dakwah, peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media dengan motivasi dakwah anggota LDK Sunan Kalijaga.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori harapan Victor Vroom dan teori S-O-R. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey dan bentuk penelitian korelasional. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi pustaka (dokumen) dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Stratified Random Sampling* dengan jumlah 56 responden.

Sementara analisis datanya menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan motivasi dakwah anggota LDK Sunan Kalijaga, dengan kategori hubungan yang rendah, dan arah hubungan yang positif

Kata Kunci: Intensitas Mengakses Instagram, Akun Dakwah, Motivasi Dakwah, Teori Harapan, Teori S-O-R.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulidiyah Putri
NIM : 15210019
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Yang Menyatakan,




Maulidiyah Putri
15210019



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

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
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 : Maulidiyah Putri

NIM : 15210019

Judul Skripsi : Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Mei 2019

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP. 19680103 199503 1 001

Pembimbing Skripsi

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si
NIP. 19661209 199403 1 004

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulidiyah Putri
NIM : 15210019
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Yang Menyatakan,



Maulidiyah Putri

15210019



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-450/Un.02/DD/PP.00.9/07/2019

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM CORDOVA MEDIA (@CORDOVA.MEDIA) DENGAN MOTIVASI DAKWAH ANGGOTA LEMBAGA DAKWAH KAMPUS SUNAN KALIJAGA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAULIDIYAH PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 15210019
Telah diujikan pada : Senin, 24 Juni 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19661209 199403 1 004

Penguji I

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji II

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

Yogyakarta, 24 Juni 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
DEKAN



H. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

MOTTO

“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat
(pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan
janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku”

(QS. Al-Baqarah : 152)

“You’ll Never Regret Being Kind!”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamaterku tercinta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran
Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga,
Teman-teman seperjuangan KPI 2015,
Ayah, Mamak, adik-adik dan seluruh keluarga,
serta seluruh pihak yang selalu memberikan dukungan dan
semangat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahuwata'ala Yang Maha Baik. Sungguh tiada daya upaya diri ini melainkan atas pertolongan-Nya. Tak lupa shalawat dan salam semoga selalu terlimpahcurahkan kepada Rasulullah Muhammad Sholallahu 'Alaihi Wa Sallam, Allahumma Sholli Alaa Muhammad Wa'alaa Aalihi Washohbihii Ajma'iin, beliau lah sosok manusia terbaik yang telah membawa nikmat terbesar dalam hidup saya, yaitu Islam, semoga kita termasuk umatnya yang mendapatkan syafaatnya di yaumil qiyamah nanti. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Skripsi berjudul "Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus" ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan, dukungan, dan

do'a dari berbagai pihak. Maka, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D.
2. Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, masukan dan dukungan kepada penulis sejak pertamakali menjadi mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga hingga skripsi ini selesai dikerjakan. Semoga Allah memberikan balasan terbaik untuk beliau sekeluarga.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi untuk penulis, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Semoga Allah memberikan balasan terbaik untuk beliau sekeluarga.
4. Seluruh jajaran dosen dan staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu, pelajaran berharga, motivasi serta bantuan yang banyak kepada penulis selama mengenyam

pendidikan di bangku kuliah. Semoga keberkahan dari Allah selalu melingkupi mereka.

5. Ayahku, Suwandi dan Mamaku, Maryamah, yang tak kenal henti berkorban memberikan kasih sayang tulus dan segala hal yang terbaik untuk anak-anaknya. Ayah yang selalu mengajarkan untuk disiplin, bertanggungjawab, berfikir cerdas dan totalitas, meskipun sulit sekali rasanya untuk penulis praktikkan. Mamak, sosok wanita yang luar biasa tangguh, kuat, sabar dan ramah. Terimakasih Mak, Yah. Terimakasih banyak untuk seluruh cinta, kekuatan, kepercayaan, bimbingan, dukungan, dan pelajaran hidup yang telah dicurahkan untuk anak yang mungkin hingga kini belum bisa sekalipun membuat Ayah dan Mamak bangga.
6. Adik-adikku tersayang; Fery Kurniawan dan Wahyu Abdul Mu'izz. Dua sosok lucu yang selalu berhasil menyuntikkan kebahagiaan dan semangat kepada penulis untuk menjadi sosok kakak yang bisa memberikan teladan yang baik untuk

mereka. Sehat-sehat ya, dek. Semoga cita-cita kita semua tercapai.

7. Responden dari LDK SUKA dan seluruh *crew* Cordova Media. Terimakasih atas kontibusnya untuk penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya untuk kedua pihak tersebut.
8. Minan Mai, Om Wanto, dek Putri dan segenap keluarga di Kebumen yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis sejak masa-masa awal perjuangan menjadi mahasiswa hingga saat skripsi ini berhasil diselesaikan. Semoga selalu Allah limpahkan keberkahan untuk mereka.
9. Nida', Andini, Titin, Dinay, ROMANSA 15, kak Rahmi, Nanda, Yuni, sahabat-sahabat yang selalu penulis rindukan di tanah perantauan. Terimakasih untuk segala bentuk dukungan dan pengertian yang sudah diberikan. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.
10. Shakinah dan Zela, saudara yang kutemukan di Jogja. Senang mengenal kalian. Terimakasih sudah mau jadi

temanku selama empat tahun ini. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.

11. Teman-teman kost TPI, keluarga terdekatku selama di Jogja.

Terimakasih untuk segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan selama ini. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.

12. Teman-teman seperjuangan KPI 2015 yang super keren.

Terimakasih untuk semua kenangan yang telah diukir dan seluruh kebaikan yang telah diberikan. Mari tetap saling menguatkan dan mendukung satu sama lain. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.

13. Teman-teman LDK Sunan Kalijaga (LDK SUKA), Jama'ah

Cinema Mahasiswa (JCM), SUKA PEDULI, PPPA Daarul Qur'an, Removie, Tim Redaksi Majalah Kuntum, dan rekan-rekan pengajar serta seluruh santri TPA Al-Bahrawi yang telah mengajarkan pentingnya berproses dan berjamaah. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.

14. Teman-teman KKN 294 dan warga Dusun Banyuadem, Srumbung, Magelang. Terimakasih untuk motivasi dan kenangan berharga yang telah diberikan. Semoga *ukhuwah* kita selalu terjaga sampai ke Syurga. Aamiin.

15. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala bentuk dukungan dan kebaikan yang sudah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini, Allah balas dengan sebaik-baik balasan. Aamiin.

Penulis menyadari, masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak agar penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi.

Yogyakarta, 23 Mei 2019



Maulidiyah Putri

NIM. 15210019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	v
SURAT KETERANGAN MEMAKAI JILBAB	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
D. Kajian Pustaka.....	14
E. Kerangka Teori.....	23
1. Tinjauan tentang Intensitas Mengakses ...	23
2. Tinjauan tentang Motivasi Dakwah	28
3. Teori S-O-R.....	41
F. Kerangka Pemikiran	45
G. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB II METODE PENELITIAN.....	47
A. Jenis Analisis Penelitian.....	47
B. Definisi Konseptual.....	48
1. Intensitas Mengakses Instagram	48
2. Motivasi Dakwah	51

C. Definisi Operasional	56
1. Intensitas Mengakses Instagram	56
2. Motivasi Dakwah	59
D. Populasi dan Sampel	62
1. Populasi	62
2. Sampel	63
E. Instrumen Penelitian	66
F. Teknik Pengumpulan Data	70
G. Validitas dan Reliabilitas	73
1. Validitas	73
2. Reliabilitas	79
H. Analisis Data	82
I. Sistematika Pembahasan	83
 BAB III GAMBARAN UMUM.....	86
A. Gambaran Umum IG Cordova Media.....	86
B. Gambaran Umum LDK Sunan Kalijaga	96

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA..... 107

A. Data Responden 108

B. Deskripsi Data Penelitian 111

1. Intensitas Mengakses Instagram 113

2. Motivasi Dakwah 122

C. Uji Normalitas..... 135

D. Uji Linearitas..... 137

E. Uji Hipotesis 139

F. Pembahasan dan Interpretasi 142

BAB V PENUTUP 146

A. Kesimpulan..... 146

B. Saran 147

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Intensitas Mengakses Akun Instagram.....	59
Tabel 2	Motivasi Dakwah.....	61
Tabel 3	Anggota Aktif & Semiaktif LDK SUKA.....	63
Tabel 4	Sampel Berstrata Proporsional.....	66
Tabel 5	Skala Likert.....	68
Tabel 6	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	69
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	76
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	78
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	80
Tabel 10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	81
Tabel 11	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	108
Tabel 12	Responden berdasarkan Usia	109
Tabel 13	Responden berdasarkan Angkatan LDK.....	110
Tabel 14	Frekuensi Mengakses IG Cordova Media.....	115
Tabel 15	Durasi Mengakses IG Cordova Media.....	117
Tabel 16	Atensi Mengakses IG Cordova Media	119

Tabel 17 Intensitas Mengakses Secara Keseluruhan	121
Tabel 18 Hasil yang diperkirakan.....	125
Tabel 19 Daya Tarik Hasil	127
Tabel 20 Cara Memperoleh Hasil.....	129
Tabel 21 Kesesuaian Peluang dengan Tuntutan.....	132
Tabel 22 Motivasi Dakwah Secara Keseluruhan	134
Tabel 23 Hasil Uji Normalitas	136
Tabel 24 Hasil Uji Linearitas	138
Tabel 25 Hasil Uji Hipotesis.....	141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pemikiran Penelitian	45
Gambar 2	Kabar Dunia Islam	92
Gambar 3	Sejarah Islam	93
Gambar 4	Inspirasi Islam	94
Gambar 5	Instagram TV	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang semakin pesat membawa dampak yang besar bagi generasi yang tumbuh bersamanya. Kemajuan tersebut mencakup banyak hal termasuk pertumbuhkembangan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path dan sebagainya beserta sarana memadai yang memungkinkan para penggunanya dapat mengaksesnya kapan pun dan dimana pun, hingga kemudian berdampak kepada intensitas penggunaan media sosial mereka.

Mengutip dari survey wearesocial.com bulan Januari 2019, dari jumlah populasi penduduk dunia sebanyak 7,676 milyar, 4,388 milyar diantaranya

merupakan pengguna internet dan 3,484 milyar diantaranya adalah pengguna media sosial aktif, dengan jumlah 3,256 milyar pengguna media sosial telepon seluler. Di Indonesia sendiri, dari total 268,2 juta jiwa, jumlah pengguna internetnya sebesar 150 juta, pengguna medsos sejumlah 150 juta, dan pengguna media sosial telepon seluler sebanyak 130 juta. Adapun waktu yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses internet dalam sehari rata-rata selama 8 jam 36 menit, dan menghabiskan waktu rata-rata 3 jam 26 menit untuk mengakses media sosial. Angka tersebut bahkan mengalahkan waktu menonton televisi masyarakat Indonesia yang hanya berkisar selama 2 jam 52 menit serta jauh melampaui waktu mendengarkan musik masyarakat Indonesia yang dalam sehari rata-rata hanya 1 jam 22 menit saja.¹

¹ We Are Social dan Hootsuite, *Global Digital Report*, wearesocial.com/global-digital-report-2019, diakses pada 23 Maret 2019.

Salah satu media sosial yang sedang marak digunakan saat ini adalah Instagram. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan, Instagram kini telah menjadi salah satu platform media sosial unggulan untuk menyampaikan dan memperoleh informasi. Menurut hasil survey wearesocial.com Januari 2019, Instagram saat ini menempati posisi ke empat sebagai platform media sosial teraktif dan paling banyak diakses di seluruh dunia dan menempati posisi ke tiga untuk kategori *social network* di bawah Youtube dan Facebook, serta peringkat ke tiga aplikasi seluler dengan pengguna teraktif bulanan.²

Hal tersebut didukung oleh terdapatnya fitur-fitur yang menarik di Instagram. Pengguna dapat menjepret foto dan menyimpannya, mengedit foto, memfilter foto, dan membagikan foto tersebut ke pengguna lain dengan cakupan yang sangat luas.

² *Ibid.*

Dengan adanya fitur *comment* dan *like* pengguna dapat bersosialisasi secara maya dengan pengguna yang lain. Selain itu pengguna sosial media ini pula dapat menambahkan *hashtag*/tanda pagar di foto atau video yang diunggah, sehingga memungkinkan foto atau video tersebut dapat dilihat oleh lebih banyak pengguna lain di seluruh dunia. Tidak hanya itu unggahan-unggahan tersebut juga bisa dikoneksikan ke akun sosial media lainnya seperti Facebook dan Twitter, dan masih banyak lagi fitur-fitur serta keunggulan Instagram yang membuat pertumbuhan penggunanya kian melonjak. Berangkat dari hal-hal tersebut, membuat sosial media yang satu ini akhirnya banyak dimanfaatkan sebagai wadah untuk menuangkan eksistensi, promosi, publikasi hingga media untuk berdakwah.

Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mendakwahkan Islam adalah akun Cordova Media (@cordova.media). Akun yang

lahir pada November 2017 ini dapat dikatakan sebagai salah satu akun yang telah sukses mendapatkan minat masyarakat pengguna Instagram. Terbukti pada awal April 2019, akun ini berhasil mengumpulkan sejumlah 434 ribu lebih pengikut dengan lebih dari 560 unggahan berupa foto maupun video—mayoritas berbentuk video yang disajikan dalam *slide* di tiap unggahannya. Akun ini juga memanfaatkan fitur-fitur lain seperti Instagram *Story* dan Instagram TV guna memaksimalkan dakwahnya melalui Instagram.³

Cordova Media adalah akun dakwah multimedia yang berfokus pada tiga tema: Kabar Dunia Islam, Sejarah Islam dan Inspirasi Islam. Kabar Dunia Islam berisikan berita terkini yang terjadi di negeri-negeri Islam, terutama umat Islam yang terzalimi di Palestina, Suriah, Yaman, Rohingya dan Uyghur. Berita-berita tersebut diangkat dalam rangka untuk *raising*

³ Hasil Observasi Peneliti terhadap akun Instagram @cordova.media, diakses pada tanggal 2 April 2019.

awareness (meningkatkan kesadaran) umat Muslim lainnya dan berupaya untuk membantu mereka. Cordova Media juga menampilkan konten-konten sejarah kejayaan Islam di masa lampau. Tujuannya adalah agar umat bisa mempelajari apa saja faktor-faktor yang membuat pendahulunya menjadi sokoguru peradaban dunia. Konten sejarah dibuat dan diunggah bukan untuk sekedar bernostalgia ataupun manangisi masa lampau yang sudah lama berlalu, melainkan untuk memberi pelajaran pada umat agar tidak jatuh di lubang yang sama, dan justru menjadikan sejarah tersebut sebagai pijakan untuk meraih kembali kejayaan yang pernah diraih umat Islam selama berabad-abad lamanya. Sedangkan kategori Inspirasi Islam berisikan video-video inspiratif dari Muslim di

seluruh penjuru dunia yang sukses dan mampu memberikan kontribusi pada umat dan negaranya.⁴

Hal menarik yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan akun Cordova Media sebagai objek dalam penelitian ini diantaranya adalah kekonsistenan akun ini dalam menerjemahkan berbagai pemberitaan Internasional dari media asing terkait dunia Islam ke dalam Bahasa Indonesia yang tidak peneliti temukan di akun-akun lain, lalu tiga tema besar yang disajikan berupa kabar dunia Islam, sejarah Islam, dan inspirasi Islam seperti yang sudah disebutkan di atas yang memungkinkan lengkapnya ragam informasi yang akan pengakses serap saat membuka akun tersebut. Kemudian berbagai informasi tersebut diunggah ke dalam *slide-slide* video dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di Instagram dan

⁴ "Tentang Cordova Media",
kitabisa.com/supportcordovamedia, diakses pada tanggal 23 Maret 2019.

mempublikasikannya di empat cabang media yaitu Instagram, Facebook, Youtube dan Telegram.

Sebagai media yang cukup terkenal jika dilihat dari jumlah pengikutnya, Cordova Media meraup minat berbagai kalangan Muslim untuk menjadi *followers*nya di Instagram. Salah satu organisasi yang beberapa anggotanya memiliki ketertarikan dengan akun-akun dakwah di Instagram—termasuk akun Cordova Media dan telah menjadi bagian dari *followers* aktif akun Instagram Cordova Media adalah Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Sunan Kalijaga.⁵ LDK Sunan Kalijaga sendiri dinaungi oleh Forum Silaturrahi Lembaga Dakwah Kampus (FSLDK) Jogja, Dimana FSLDK Jogja merupakan bagian dari FSLDK Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa organisasi LDK termasuk LDK Sunan Kalijaga telah menjadi organisasi ekstra kampus yang memiliki basis dan struktur hingga tingkat

⁵ Hasil Observasi Peneliti terhadap anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

nasional. Dengan identitas dan geraknya sebagai sebuah lembaga dakwah, peneliti tertarik untuk mencaritahu apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses salah satu akun dakwah Cordova Media di Instagram yang berisikan berbagai informasi dan pengetahuan keislaman dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga yang menjadi *followers* akun tersebut.

Motivasi sendiri adalah kondisi yang dapat menggerakkan seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi dapat pula dikatakan sebagai energi yang berfungsi untuk membangkitkan dorongan dalam diri manusia, dimana dalam hal ini dorongan tersebut berupa dorongan untuk berdakwah.⁶ Hal tersebut kemudian akan peneliti tuangkan ke dalam penelitian berjudul Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan

⁶ Ibin Kutibin Tadjudin, *Motivasi Islami* (Bandung: Kutibin, 2013), hlm. 91.

Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) pada anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga?
2. Bagaimana motivasi dakwah pada anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga?
3. Apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) pada anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.
- b. Untuk mengetahui bagaimana motivasi dakwah pada anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Akademis

Bagi pihak Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi peneliti dan pembaca dalam pengembangan penelitian yang akan datang. Serta menambah pengetahuan dan keilmuan mengenai hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk masyarakat luas dan juga pembaca

mengenai peran dan hubungan media sosial Instagram terhadap motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu. Selain itu diharapkan pula penelitian ini bisa menjadi bahan referensi ilmu pengetahuan bagi pembaca dan masyarakat umum serta untuk memberikan kontribusi kepada para penggiat media sosial untuk mengetahui bahwasanya apa yang mereka unggah di ruang maya bisa saja terhubung dengan sikap khalayak konsumennya, maka diperlukan adanya konten-konten yang positif dan inspiratif sebagai upaya turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa.

D. Kajian Pustaka

Pada penelitian sebelumnya telah ada peneliti yang melakukan penelitian tentang hubungan intensitas menggunakan media dengan sikap khalayak. Di antara penelitian sejenis yang peneliti telaah yaitu:

Pertama, penelitian oleh Evi Nuryani, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman dengan judul “Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang”. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasional, yang menggunakan sampel sebagai sumber data. Kemudian teknik analisis data menggunakan rumus Product Moment dengan pengujian hipotesis dan sampel menggunakan uji t. Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, angka korelasi antara kedua variabel sebesar 0.94 menunjukkan hubungan yang sangat tinggi, dan dapat diandalkan karena terletak pada interval lebih dari 0.80 seperti pada pedoman untuk memberikan interpretasi

koefisien korelasi. Dengan nilai T hitung (19,17) lebih besar dari T tabel (1,684), maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat tinggi dan signifikan antara intensitas mengakses Facebook dengan motivasi belajar siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang. Hasil dari penelitian ini yaitu adanya hubungan yang sangat tinggi dan signifikan antara intensitas mengakses Facebook dengan motivasi belajar siswa kelas XI SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang, dimana rendahnya intensitas mengakses Facebook siswa diikuti dengan tingginya motivasi dalam belajar. Dan sebaliknya, semakin tinggi intensitas siswa mengakses Facebook, maka semakin rendah motivasi belajar yang mereka miliki.⁷

Penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama

⁷ Evi Nuryani, "Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang", *Ejournal Ilmu Komunikasi*, vol. 2: 3 (2014), hlm. 178-192.

meneliti intensitas penggunaan media dan adakah hubungannya dengan motivasi individu. Sedangkan perbedaanya terdapat pada jenis media yang diteliti, jenis motivasi beserta respondennya.

Kedua, penelitian oleh Awalia Frisnawati dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data berupa skor diambil menggunakan skala kecenderungan perilaku prososial dan skala intensitas menonton reality show. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi product moment dari Pearson dengan bantuan komputer program SPSS versi 16,0 for Windows. Analisis korelasi product moment menghasilkan (r) sebesar 0,315 dengan (p) taraf

signifikan 0,004 ($p < 0,01\%$) yang berarti ada hubungan positif yang sangat signifikan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja. Variabel intensitas menonton reality show memberi sumbangan efektif sebesar 9,9% terhadap kecenderungan perilaku prososial pada remaja sedangkan sisanya sebesar 90,1% dipengaruhi variabel lain. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif.⁸

Penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti intensitas penggunaan media. Sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis media, variabel Y beserta respondennya.

⁸ Awalia Frisnawati, "Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja", *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, vol. 1: 1 (2013), hlm. 47-55.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ahyan Putra, mahasiswa Program Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, dengan metode survey yang berjudul “Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam di Kalangan Mahasiswa Imm UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Apakah Terdapat Pengaruh dari Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam di Kalangan Mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019”. Teori yang digunakan adalah Teori Kultivasi, Intensitas Menonton Televisi, Citra Partai Politik, dan Partai Politik Berbasis Islam. Uji validitas menggunakan validitas kriteria yang dihitung menggunakan rumus Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS versi 15.

Jenis analisis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei dan analisis data menggunakan metode statistik inferensial parametrik, yaitu analisis Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 15. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari menonton televisi menggunakan rumus Koefisien Determinasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Random Sampling, yaitu sebanyak 62 responden. Dari pengolahan data, ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara menonton program Indonesia Lawyers Club episode politik terhadap citra partai politik berbasis Islam di kalangan mahasiswa IMM UIN Sunan Kalijaga menjelang pilpres 2019. Pengaruh yang ditimbulkan sebesar 30,25% dan termasuk ke dalam kategori rendah, artinya terdapat variabel lain yang juga mempengaruhi pembentukan citra partai politik.

Penelitian ini menggunakan $dk=60$ ($N-2$ atau $62-2$) dan tingkat probabilitas atau taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%) maka r_{tabel} sebesar 0,250 dan dari perhitungan diperoleh r_{hitung} sebesar 0,550. Dengan demikian karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁹

Penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti intensitas penggunaan media. Sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis media, variabel Y beserta respondennya.

Keempat, penelitian oleh Khaulah Pundhi Muslimah, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

⁹ Ahyan Putra, *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam di Kalangan Mahasiswa Imm UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019*, skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Sunan Kalijaga, dengan metode survey yang berjudul “Pengaruh Intensitas Membaca Majalah Kuntum terhadap Perilaku Keagamaan Pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta”. Peneliti tersebut hendak mengetahui bagaimana intensitas membaca majalah Kuntum pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta, untuk mengetahui bagaimana perilaku keagamaan pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta, dan untuk mengetahui adanya hubungan intensitas membaca majalah Kuntum terhadap perilaku keagamaan pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini yaitu didapatkan kesimpulan bahwa tingkat intensitas membaca majalah Kuntum pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta termasuk dalam kategori cukup tinggi, hal ini didasarkan pada hasil analisis statistik pada variabel intensitas membacanya. Selain itu didapat pula kesimpulan bahwa perilaku keagamaan pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta termasuk dalam kategori

cukup baik dalam memahami isi tentang keagamaan yang ada di dalam Majalah Kuntum. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas membaca Majalah Kuntum terhadap perilaku keagamaan pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta.¹⁰

Penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti intensitas penggunaan media. Sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis media, variabel Y, beserta respondennya.

¹⁰ Khaulah Pundhi Muslimah, *Pengaruh Intensitas Membaca Majalah Kuntum terhadap Perilaku Keagamaan Pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta*, skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2017.

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Intensitas Mengakses Akun Instagram

a. Pengertian Intensitas Mengakses Akun Instagram

Dalam segi kuantitatif, intensitas merupakan aspek pengukuran sikap atau tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok selaku subjek yang terarah pada obyek. Dimana sikap yang dilakukan secara intensif bisa berpengaruh pada sikap lain.¹¹

Menurut Kartono dan Gulo intensitas berasal dari kata *intensity* yang artinya besar atau kekuatan suatu tingkah laku berupa jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indra. Sedangkan Chaplin mendefinisikan intensitas sebagai

¹¹ Bimowalgito, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Andi Offset, 1994), hlm. 12.

suatu sikap kuantitatif yang berhubungan dengan tingkah laku atau pengalaman. Ia juga menyatakan bahwa intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat maupun sikap.¹²

Dari beberapa uraian di atas, dapat kita simpulkan bahwasanya intensitas adalah ukuran atau tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang guna meraih suatu tujuan. Maka, intensitas mengakses akun Instagram berarti tingkat usaha yang dilakukan khalayak untuk mengakses akun Instagram tertentu yang dilakukan sehari-hari.

¹² J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, terj. Kartini Kartono (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 254.

b. Indikator Intensitas Mengakses Akun Instagram

Intensitas mengakses instagram berarti tingkatan usaha seseorang dalam mengakses media sosial Instagram. Setiap individu memiliki intensitas mengakses yang berbeda-beda satu dengan yang lain. Dapat dikatakan pula intensitas mengakses berbanding lurus dengan durasi mengakses atau seberapa seringnya (frekuensi) seseorang dalam mengakses akun Instagram tersebut.

Rosengren mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan media meliputi banyaknya durasi yang dihabiskan untuk mengakses berbagai jenis media, dimana isi dari media tersebut dikonsumsi oleh individu yang mengaksesnya. Serta berbagai hubungan antara individu sebagai konsumen media

dengan pesan media atau dengan keseluruhan media tersebut.¹³

Adapun indikator intensitas mengakses akun Instagram dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi individu. Berikut merupakan penjelasan dari tiga hal tersebut:

- Frekuensi

Frekuensi adalah tingkat keseringan individu yang menjadi responden dalam mengakses akun Instagram.

- Durasi

Durasi merupakan tingkatan waktu yang responden habiskan untuk mengakses akun Instagram. Pada penelitian ini durasi dapat diukur berapa lama responden mengakses suatu akun dalam sehari.

- Atensi

¹³ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 66.

Atensi (perhatian dalam terpaan media) yaitu berbagai hubungan yang terjadi antara khalayak konsumen media, pengguna media dengan media yang dikonsumsi maupun media secara keseluruhan.¹⁴ Dalam penelitian ini bisa diukur seberapa besar perhatian dan ketertarikan responden terhadap akun Instagram Cordova Media, serta bagaimana pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan oleh akun tersebut melalui unggahan demi unggahannya.

¹⁴ *Ibid.*

2. Tinjauan tentang Motivasi Dakwah

a. Pengertian Motivasi Dakwah

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang dapat membuat individu tersebut melakukan suatu tindakan atau perbuatan. Motif tidak bisa diamati secara langsung, namun bisa diinterpretasikan ke dalam tingkah lakunya, baik itu berupa rangsangan, dorongan, atau tenaga pembangkit munculnya tingkah laku tertentu.¹⁵

Motif dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

- Motif Biogenetis, yaitu motif-motif yang berasal dari kebutuhan-kebutuhan organisme demi kelanjutan hidupnya. Misal

¹⁵Isbandi Rukminto, *Psikologi, Pekerjaan Sosial, dan Ilmu Kesejahteraan Sosial: Dasar-Dasar Pemikiran*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1994), hlm. 154.

kebutuhan untuk makan dan minum, kebutuhan untuk istirahat, bernafas dan sebagainya.

- Motif Sosiogenetis, yaitu motif-motif yang berkembang dari lingkungan dan kebudayaan tempat orang tersebut berada. Jadi, motif ini tidak berkembang sendiri, namun dipengaruhi oleh lingkungan kebudayaan setempat. Contohnya keinginan mendengarkan musik, makan gudeg, makan coklat, dan lain-lain.

- Motif Teologis, merupakan motif yang meletakkan manusia sebagai makhluk yang berketuhanan, sehingga terdapat interaksi antara manusia dengan Tuhannya, seperti ibadahnya dalam kehidupan sehari-hari. Contoh motif teologis diantaranya adalah keinginan untuk mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta keinginan untuk

merealisasikan norma-norma sesuai agama yang dianutnya.¹⁶

Adapun definisi motivasi itu sendiri adalah suatu proses diinisialisasinya dan dipertahankannya aktivitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan. Motivasi merupakan sebuah proses yang tidak bisa diobservasi secara langsung, melainkan kita simpulkan dari berbagai tindakan yang dilakukan dan verbalisasi (misalnya, “saya sungguh ingin mengerjakan tugas ini”). Motivasi menyangkut berbagai tujuan yang memberikan daya penggerak dan arah bagi tindakan. Motivasi menuntut dilakukannya aktivitas fisik atau pun mental. Aktivitas fisik memerlukan usaha, kegigihan, dan tindakan lainnya yang dapat diamati. Sedangkan aktivitas mental mencakup

¹⁶ W.A. Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung: PT Erisco, 1996), hlm. 142-144.

berbagai tindakan kognitif seperti perencanaan, penghafalan, pengorganisasian, pemantauan, pengambilan keputusan, penyelesaian masalah, dan penilaian kemajuan.

Poin selanjutnya adalah, aktivitas yang termotivasi diinisiasikan dan dipertahankan.¹⁷ Dengan demikian motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya.

Terkait dengan pengertian motivasi tersebut, beberapa psikolog menyebut motivasi sebagai konstruk hipotesis yang digunakan untuk menjelaskan keinginan, arah, dan intensitas perilaku yang diarahkan oleh tujuan. Dimana dalam motivasi tercakup konsep-

¹⁷ Dale H. Schunk, *Motivasi dalam Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Aplikasi*, (Jakarta: Indeks, 2012), hlm.6-7.

konsep, seperti kebutuhan untuk berprestasi, kebiasaan, dan keingintahuan seseorang terhadap sesuatu.¹⁸

Adapun dakwah jika ditinjau dari segi bahasa berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Bentuk perkataan demikian dalam Bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedang bentuk kata kerja atau *fi'ilnya* adalah *da'a yad'u* yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.¹⁹

Sedangkan dari segi istilah, dakwah didefinisikan sebagai proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja. Usaha tersebut berupa mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah SWT atau untuk memeluk agama Islam, untuk perbaikan dan pembangunan

¹⁸ Thomas L. Good & Jere E Brophy, *Educational Psychology: A realistic Approach*, (New York: Longman, 1990), hlm. 360.

¹⁹ A. Rosyad Shaleh, *Management Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), hlm. 17.

masyarakat (*amar ma'ruf*) dan *nahi munkar*. Proses penyelenggaraan tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai oleh Allah.²⁰

Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi dalam dakwah adalah dorongan dalam diri seseorang dalam upayanya mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah SWT atau untuk memeluk agama Islam, untuk perbaikan dan pembangunan masyarakat (*amar ma'ruf*) dan *nahi munkar*. Proses penyelenggaraan tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai oleh Allah.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 19-20.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Dakwah

Terdapat dua hal yang menjadi pertimbangan peneliti untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dakwah, yaitu sebagai berikut:

Pertama telah disebutkan sebelumnya bahwa dakwah merupakan suatu upaya/kerja *da'i* untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan *mad'u* pada apa yang *da'i* serukan, yakni Islam. Maka dari itu, pendekatan teori yang kiranya tepat digunakan untuk menjabarkan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dakwah adalah motivasi kerja.

Kedua, tujuan utama yang akhirnya mempengaruhi tinggi rendahnya motivasi dakwah seseorang—yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai oleh Allah tidak dapat dilihat secara real, maka upaya

pengukuran dilakukan menggunakan salah satu teori motivasi yang cocok dengan keadaan tersebut, yaitu teori harapan, Victor Vroom.

Inti dari teori ini terletak pada pendapat yang mengatakan bahwa kuatnya kecenderungan seseorang bertindak dengan cara tertentu tergantung pada kekuatan harapan bahwa tindakan tersebut akan diikuti oleh suatu hasil tertentu dan pada daya tarik dari hasil itu bagi orang yang bersangkutan. Hal tersebut meliputi tiga hal, yaitu daya tarik, hubungan antara prestasi kerja dengan imbalan serta hubungan (kaitan) antara usaha dan prestasi kerja.²¹

Yang dimaksud dengan daya tarik adalah sampai sejauh mana seorang *da'i* merasakan pentingnya hasil atau imbalan yang diperoleh

²¹ Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 179.

dalam melaksanakan kegiatan dakwahnya. Yang dimaksud dengan kaitan antara prestasi kerja dan imbalan ialah tingkat keyakinan *da'i* tentang hubungan antara tingkat prestasi dakwahnya dengan pencapaian hasil tertentu. Sedangkan yang dimaksud dengan kaitan antara usaha dan prestasi kerja adalah persepsi *da'i* tentang kemungkinan bahwa usaha tertentu dalam kegiatan dakwahnya akan menjurus kepada suatu prestasi. Dapat disimpulkan bahwa apakah seorang *da'i* mempunyai keinginan untuk menghasilkan suatu karya/prestasi tertentu tergantung pada tujuan-tujuan khusus dan persepsi *da'i* yang bersangkutan tentang nilai suatu prestasi kerja sebagai wahana untuk mencapai tujuannya tersebut.²²

²² *Ibid*, hlm. 180.

c. Indikator Motivasi Dakwah

Berangkat dari teori harapan yang didasarkan pada keyakinan bahwa orang dipengaruhi oleh perasaan mereka tentang gambaran hasil tindakan mereka, indikator motivasi dakwah ditekankan pada harapan *da'i* mengenai prestasi dakwah, imbalan dan hasil pemuasan tujuan individual yang akan menentukan tingkat usahanya, bukan hasil itu sendiri. Adapun yang menjadi kunci dari teori harapan adalah pemahaman bahwa teori ini didasarkan pada “model contingency”, dan dengan demikian menekankan bahwa tidak ada prinsip yang bersifat universal untuk menjelaskan motivasi seseorang.²³

Terdapat empat poin pertanyaan yang dapat dijadikan sebagai indikator motivasi

²³ *Ibid*, hlm. 184

motivasi dakwah berdasarkan teori harapan, yaitu:

- **Hasil yang Diperkirakan**

“Hasil apakah yang diperkirakan akan diperoleh dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu?” Dimana menurut teori ini, kenyataan tidak penting di sini. Yang penting adalah bagaimana persepsi individu tentang hasil apa yang akan ia peroleh, terlepas dari apakah persepsi itu tepat atau tidak.

- **Daya Tarik Hasil**

“Apakah dalam pandangan para pekerja hasil tersebut mempunyai daya tarik atau tidak?” Artinya, perlu ditanyakan bagaimana persepsi para pekerja tentang hasil tersebut: apakah positif, negatif atau netral? Jawaban terhadap pertanyaan ini

bersifat sangat individual karena jawaban seseorang terhadap berbagai pertanyaan tersebut diwarnai antara lain oleh kepribadian, nilai-nilai yang dianut dan kebutuhan orang yang bersangkutan. Jika seseorang memandang hasil tersebut secara positif, ia akan berusaha agar hasil tersebut diperolehnya. Sebaliknya, bila seseorang memandang hasil tersebut secara negatif, logis bila ia tidak berusaha untuk mencapainya. Tidak mustahil pula bila ada yang memandangnya secara netral yang berakibat pada sikap “tidak peduli” apakah hasil tersebut diperoleh atau tidak.

- **Cara Memperoleh Hasil tersebut**

“Perilaku seperti apa yang harus ditunjukkan oleh seorang pekerja agar hasil tersebut dapat diperolehnya?” Hal ini

penting karena hasil tersebut tidak akan mempunyai pengaruh apa-apa terhadap prestasi kerja (dakwah) seseorang kecuali jika ia mengetahui secara jelas apa yang harus dikerjakannya untuk memperoleh hasil-hasil tersebut. Yang sangat penting dalam kaitan ini adalah adanya kriteria yang sangat jelas berdasarkan apa prestasi kerja (dakwah) seseorang dinilai.

▪ **Kesesuaian Peluang Upaya dengan Tuntutan Tugas**

“Bagaimana pendapat pekerja tentang peluangnya untuk berbuat sesuai dengan tuntutan tugas yang diletakkan di atas bahunya?” Ditanyakan dengan cara lain, dengan memperhitungkan kemampuan seseorang dan kesanggupannya untuk mengendalikan berbagai variabel yang

menentukan tingkat keberhasilannya, serta probabilitas apa yang terlihat bahwa ia akan berhasil.

Dari uraian tersebut, disimpulkan bahwasanya teori ini menyangkut harapan. Artinya dengan diterapkannya teori ini dalam indikator motivasi dakwah, tidak ditekankan apa yang realistik dan rasional. Yang ditekankan adalah bahwa harapan pendakwah mengenai prestasi dakwah, imbalan dan hasil pemuasan tujuan individual akan menentukan tingkat usahanya, bukan hasil itu sendiri.²⁴

3. Teori S-O-R

Teori S-O-R yang merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* memiliki objek materialnya berupa manusia yang jiwanya meliputi

²⁴ *Ibid*, hlm. 180-185.

komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut model ini, manusia menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Maka, titik penekanan dalam teori S-O-R temuan Hovland ini yaitu pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi

perubahan sikap atau perilaku. Dijelaskan bahwasanya yang berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Dimana aspek *how to communicate* dalam hal ini adalah *how to change the attitude*, yang berarti bagaimana mengubah sikap komunikasi.

Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikasi. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Jadi unsur

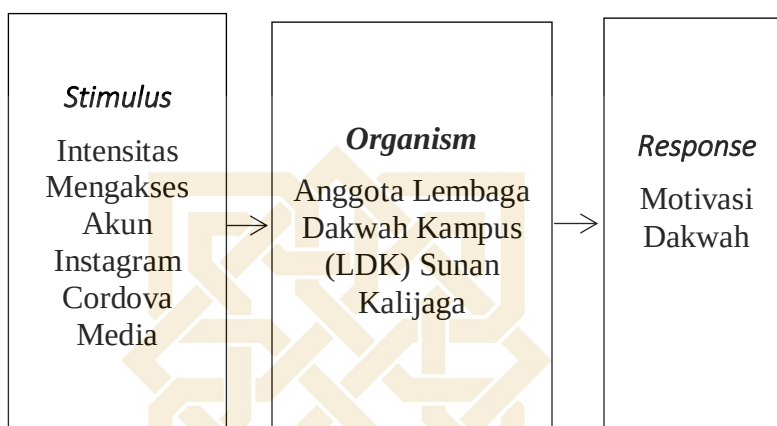
utama yang ada di dalam teori S-O-R ini adalah: Pesan (Stimulus,S), Komunikan (Organism,O) dan Efek (Response, R).

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.²⁵

²⁵Dani Kurniawan, "Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan", *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, vol. 2 (2018), hlm. 60-64.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Skema teori S-O-R (yang telah diolah peneliti)

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah unit yang berisi tentang jawaban sementara dari pertanyaan penelitian yang ditulis secara formulatif, jelas, spesifik serta melibatkan beberapa variabel.²⁶ Sebab hipotesis dilahirkan dari praduga secara teoritis, maka harus dibuktikan

²⁶ Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 170.

kebenarannya melalui praktik atau penelitian untuk permasalahan yang sebenarnya.

Berdasarkan kerangka teori yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, maka Hipotesis alternatif (H_a) dan Hipotesis nol (H_o) pada penelitian ini adalah:

H_a Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

H_o Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian tentang Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media dengan Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga bernilai tinggi.
2. Motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga bernilai tinggi.
3. Terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga, dengan kategori hubungan yang rendah dan arah hubungan yang

positif, dimana semakin tinggi intensitas mengakses akun Instagram Cordova Media (@cordova.media), maka semakin tinggi pula motivasi dakwah anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka selanjutnya terdapat saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Praktisi Media

Praktisi media khususnya media online Instagram harus memperhatikan konten-konten yang akan diunggah dan memastikan unggahan tersebut bernilai baik dan layak, hal ini karena Instagram memiliki dampak terhadap perubahan sikap khalayak yang mengaksesnya. Sehingga praktisi media Instagram dapat turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa.

2. Masyarakat (Pengakses Instagram)

Sebagai konsumen media, masyarakat harus lebih selektif dan pandai memilah suatu media. Dengan adanya sikap tersebut, masyarakat akan lebih terlindung dari dampak negatif yang mungkin akan didapatkan dari salah satu media online yang sedang marak digunakan saat ini yaitu Instagram.

3. Peneliti/Akademisi

Hendaknya peneliti lainnya memperhatikan aspek-aspek apa yang kiranya belum tercantum dalam penelitian ini guna mendukung pembuktian teori S-O-R. Peneliti lainnya juga dapat melakukan penelitian berbeda dengan variabel penelitian yang lain serta dapat kembali mengangkat akun Cordova Media dengan sisi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 1999. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Kersa.
- Awalia Frisnawati, "Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial pada Remaja", *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, vol. 1: 1 (2013), hlm. 47-55.
- Azwar, Syaifuddin. 1992. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul. 2015. *Fiqih Dakwah: Studi Atas berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiah*. Solo: Era Adicitra Intermedia.
- D.C, Mc. Clelland. 1987. *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.
- Dani Kurniawan, "Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism- Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan", *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, vol. 2 (2018), hlm. 60-64.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1997. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, Malang: Lembaga Penelitian IKIP Malang.

Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendi, Sofian dan Tukiran. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Yogyakarta: LP3ES.

Evi Nuryani, "Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang", *Ejournal Ilmu Komunikasi*, vol. 2: 3 (2014), hlm. 178-192.

Ibrahim, Idi Subandi. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

L. Good, Thomas. 1990. *Educational Psychology: A realistic Approach*. New York: Longman.

Littlejohn, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba.

Kurniawan, Dani. 2018. Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.

Mahmud, Ahmad. 2011. *Dakwah Islam*, Terj. Mahbubah. Jakarta: Pustaka Thariqul Izzah.

Pundhi Muslimah, Khaulah. 2017. *Pengaruh Intensitas Membaca Majalah Kuntum terhadap Perilaku Keagamaan Pelajar SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga,

Putra, Ahyan. 2019. *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam di Kalangan Mahasiswa Imm UIN Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga,

Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Rukminto, Isbandi. 1994. *Psikologi, Pekerjaan Sosial, dan Ilmu Kesejahteraan Sosial: Dasar-Dasar Pemikiran*. Jakarta: Grafindo Persada.

Shaleh, Abd Rosyad. 1993. *Management Da'wah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.

Siagian, Sondang P. 1995. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Schunk, Dale H. 2012. *Motivasi dalam Pendidikan: Teori, Penelitian, Aplikasi*. Jakarta: Indeks.

Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suseno, Miftahun Ni'mah. 2012. *Statistika: Teori dan Aplikasi untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Ash-Shaff.

Tabroni, Roni. 2017. *Media Massa Islam*. Yogyakarta: Calpulis.

Tajudin, H. Ibin Kutibin. 2013. *Motivasi Islami*. Bandung: Pustaka Aufa Media.

Uno, H. Hamzah B. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukuran : Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

Wearesocial.com/global-digital-report-2019



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X

		Correlations																		
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	SUMX
X1	Pearson Correlation	1	.828**	.710**	.545**	.706**	.470**	.650**	.257	.510**	.471**	.527**	.187	.459**	.413*	.652**	.233	.659**	.550**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.008	.000	.163	.003	.007	.002	.313	.009	.021	.000	.208	.000	.001	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X2	Pearson Correlation	.828**	1	.620**	.433*	.629**	.426*	.667**	.096	.633**	.448*	.300	.085	.508**	.148	.587**	.323	.675**	.300	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.015	.000	.017	.000	.609	.001	.071	.313	.650	.000	.426	.000	.076	.000	.101	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X3	Pearson Correlation	.710**	.620**	1	.846**	.706**	.524**	.650**	.365*	.454*	.580**	.374*	.422*	.153	.624**	.263	.458**	.457**	.846**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.043	.010	.007	.001	.038	.018	.411	.000	.154	.010	.010	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X4	Pearson Correlation	.545**	.433*	.846**	1	.664**	.327	.531**	.308	.398*	.570**	.565**	.415*	.159	.070	.453*	.131	.252	.411*	.712**
	Sig. (2-tailed)	.002	.015	.000		.000	.073	.002	.001	.027	.001	.003	.025	.009	.011	.003	.171	.022	.001	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X5	Pearson Correlation	.706**	.629**	.706**	.664**	1	.588**	.729**	.215	.490**	.490**	.481**	.328	.420*	.178	.638**	.319	.452*	.473**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.246	.005	.005	.006	.071	.019	.337	.000	.081	.011	.007	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X6	Pearson Correlation	.470**	.426*	.524**	.327	.588**	1	.549**	.568**	.094	.022	.450*	.325	.336	.133	.514**	.403*	.455*	.263	.640**
	Sig. (2-tailed)	.008	.017	.003	.073	.001		.001	.001	.617	.906	.011	.074	.064	.476	.003	.024	.010	.153	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X7	Pearson Correlation	.650**	.667**	.650**	.531**	.729**	.549**	1	.347	.527**	.432*	.593**	.331*	.568**	.216	.706**	.337	.618**	.294	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.001		.055	.002	.015	.000	.015	.001	.243	.000	.064	.000	.108	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X8	Pearson Correlation	.257	.096	.365*	.306	.215	.568**	.347	1	-.011	.093	.237	.543**	.257	.150	.251	.054	.321	.161	.418*
	Sig. (2-tailed)	.163	.609	.043	.094	.246	.001	.055		.952	.619	.200	.002	.163	.419	.173	.774	.078	.386	.019
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X9	Pearson Correlation	.510**	.633**	.454*	.398*	.490**	.094	.527**	-.011	1	.675**	.164	.142	.410*	.224	.582**	.266	.438*	.206	.628**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.010	.027	.005	.617	.002	.952		.000	.378	.445	.022	.226	.001	.148	.014	.266	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X10	Pearson Correlation	.471**	.448*	.473**	.570**	.490**	.022	.432*	.093	.675**	1	.106	.108	.509**	.265	.612**	.051	.234	.507**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.007	.011	.007	.001	.005	.906	.015	.619	.001		.572	.562	.003	.149	.000	.785	.205	.004	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X11	Pearson Correlation	.527**	.300	.580**	.505**	.481**	.450*	.593**	.237	.164	.106	1	.554**	.077	.323	.410*	.045	.435*	.413*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.002	.101	.001	.001	.006	.011	.000	.200	.378	.572		.001	.682	.077	.022	.809	.015	.021	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X12	Pearson Correlation	.187	.085	.374*	.415*	.328	.325	.431*	.543**	.142	.108	.554**	1	.110	.202	.302	.028	.341	.199	.451*
	Sig. (2-tailed)	.313	.650	.038	.020	.071	.074	.015	.002	.445	.562	.001		.557	.275	.099	.880	.061	.284	.011
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X13	Pearson Correlation	.459**	.508**	.422*	.159	.420*	.336	.568**	.257	.410*	.509**	.077	.110	1	.292	.603**	.082	.395*	.315	.590**
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.018	.392	.019	.064	.001	.163	.002	.003	.682	.557		.111	.000	.062	.028	.085	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X14	Pearson Correlation	.413*	.148	.153	.070	.178	.133	.216	.150	.224	.265	.323	.202	.292	1	.215	-.083	.330	.584**	.368*
	Sig. (2-tailed)	.021	.428	.411	.708	.337	.476	.243	.419	.226	.419	.226	.149	.077		.246	.659	.070	.001	.042
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X15	Pearson Correlation	.652**	.587**	.624**	.453*	.636**	.514**	.706**	.252	.552**	.612**	.410*	.302	.605**	.216	1	.400*	.068	.430*	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.011	.000	.003	.000	.173	.001	.000	.022	.099	.000	.245		.026	.004	.020	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X16	Pearson Correlation	.233	.323	.263	.131	.319	.403*	.337	.054	.266	.051	.045	.028	.082	-.083	.400*	1	.333	.067	.368*
	Sig. (2-tailed)	.208	.076	.154	.482	.081	.024	.064	.774	.148	.785	.809	.880	.682	.659	.026		.068	.721	.042
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X17	Pearson Correlation	.659**	.675**	.652**	.453*	.636**	.514**	.706**	.252	.552**	.612**	.410*	.302	.605**	.216	1	.400*	.068	.430*	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.017	.011	.010	.000	.078	.014	.205	.015	.061	.028	.070		.004	.068	.001	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X18	Pearson Correlation	.550**	.300	.457**	.411*	.473**	.263	.294	.161	.206	.507**	.413*	.199	.315	.584**	.416*	.067	.430*	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001	.101	.010	.022	.007	.153	.108	.386	.266	.004	.021	.284	.085	.001	.020	.721	.016	.011	.001
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
SUMX	Pearson Correlation	.849**	.767**	.712**	.846**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**	.610**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.042	.000	.042	.000	.001
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 2

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

		Correlations																		SUMY
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	
Y1	Pearson Correlation	1	.497**	.211	.293	.519**	.385*	.181	.177	.109	.590**	.355*	.147	.478**	.311	.243	.616**	.091	.406*	.741**
	Sig. (2-tailed)		.004	.255	.110	.003	.032	.328	.341	.560	.000	.050	.431	.007	.088	.187	.000	.628	.024	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y2	Pearson Correlation	.497**	1	.135	.231	.329	.199	.007	.411*	.276	.105	.222	.355*	.335	.016	.037	.104	-.067	.411*	.485**
	Sig. (2-tailed)	.004		.468	.211	.071	.282	.972	.022	.132	.575	.231	.050	.066	.932	.842	.577	.720	.022	.006
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y3	Pearson Correlation	.211	.135	1	.217	.244	-.005	.272	.228	.132	.360*	.106	.312	.252	.125	.129	.149	.067	-.063	.459**
	Sig. (2-tailed)	.255	.468		.240	.186	.979	.138	.216	.479	.046	.571	.087	.172	.502	.490	.423	.719	.738	.009
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y4	Pearson Correlation	.293	.231	.217	1	.444*	.308	.122	.139	.075	.261	.235	-.123	-.146	-.257	-.206	.269	.250	.139	.361*
	Sig. (2-tailed)	.110	.211	.240		.012	.092	.512	.456	.687	.155	.204	.511	.434	.163	.266	.144	.175	.456	.046
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y5	Pearson Correlation	.519**	.329	.244	.444*	1	.353	.216	.395*	.099	.492**	.498**	.097	.173	-.033	.140	.194	.136	.143	.593**
	Sig. (2-tailed)	.003	.071	.186	.012		.052	.244	.028	.597	.005	.004	.603	.351	.862	.454	.295	.461	.444	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y6	Pearson Correlation	.385*	.199	-.005	.308	.353	1	.282	.186	.067	.200	.238	-.068	.050	.360*	.476**	.335	.263	.404*	.569**
	Sig. (2-tailed)	.032	.282	.979	.092	.052		.124	.316	.722	.282	.198	.715	.790	.046	.007	.065	.154	.024	.001
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y7	Pearson Correlation	.181	.007	.272	.122	.216	.282	1	-.086	.069	.325	.076	.264	.270	.306	.451*	.326	.229	.021	.515**
	Sig. (2-tailed)	.328	.972	.136	.512	.244	.124		.645	.713	.075	.684	.151	.142	.092	.011	.072	.215	.912	.003
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y8	Pearson Correlation	.177	.411*	.228	.139	.395*	.186	-.086	1	.417*	-.011	.142	.237	.112	-.053	-.004	.000	.223	.014	.361*
	Sig. (2-tailed)	.341	.022	.216	.456	.028	.316	.645		.020	.954	.446	.199	.549	.778	.983	1.000	.227	.942	.046
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y9	Pearson Correlation	.109	.276	.132	.075	.099	.067	.069	.417*	1	.023	.087	.419*	.186	.111	.135	.114	.441*	.268	.412*
	Sig. (2-tailed)	.560	.132	.479	.687	.597	.722	.713	.020		.902	.641	.019	.317	.550	.468	.541	.013	.144	.021
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y10	Pearson Correlation	.590**	.105	.360*	.261	.492**	.200	.325	-.011	.023	1	.473**	.010	.230	.288	.196	.260	.167	.214	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000	.575	.046	.155	.005	.282	.075	.954	.902		.007	.959	.213	.116	.290	.158	.368	.247	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y11	Pearson Correlation	.355*	.222	.106	.235	.498**	.238	.076	.142	.087	.473**	1	.198	-.050	.249	.273	.141	.073	.142	.470**
	Sig. (2-tailed)	.050	.231	.571	.204	.004	.198	.684	.446	.641	.007		.284	.788	.176	.137	.449	.698	.446	.008
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y12	Pearson Correlation	.147	.355*	.312	-.123	.097	-.068	.264	.237	.419*	.010	.198	1	.372*	.228	.110	.096	-.070	.112	.400*
	Sig. (2-tailed)	.431	.050	.087	.511	.603	.715	.151	.199	.019	.959	.284		.039	.218	.556	.609	.709	.547	.026
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y13	Pearson Correlation	.478**	.335	.252	-.146	.173	.050	.270	.112	.186	.230	-.050	.372*	1	.406*	.387*	.512**	.194	.112	.552**
	Sig. (2-tailed)	.007	.066	.172	.434	.351	.790	.142	.549	.317	.213	.788	.039		.023	.032	.003	.297	.549	.001
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y14	Pearson Correlation	.311	.016	.125	-.257	-.033	.360*	.308	-.053	.111	.288	.249	.228	.406*	1	.688**	.315	.078	.050	.492**
	Sig. (2-tailed)	.088	.932	.502	.163	.862	.046	.092	.778	.550	.116	.176	.218	.023		.000	.084	.677	.791	.005
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y15	Pearson Correlation	.243	.037	.129	-.206	.140	.476**	.451*	-.004	.135	.196	.273	.110	.387*	.688**	1	.371*	.183	-.004	.532**
	Sig. (2-tailed)	.187	.842	.490	.266	.454	.007	.011	.983	.468	.290	.137	.556	.032	.000		.040	.324	.983	.002
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y16	Pearson Correlation	.616**	.104	.149	.269	.194	.335	.328	.000	.114	.260	.141	.096	.512**	.315	.371*	1	.444*	.217	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.577	.423	.144	.295	.085	.072	1.000	.541	.158	.449	.609	.003	.084	.040		.012	.242	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y17	Pearson Correlation	.091	-.067	.067	.250	.138	.263	.229	.223	.441*	.167	.073	-.070	.194	.078	.183	.444*	1	.079	.407*
	Sig. (2-tailed)	.628	.720	.719	.175	.461	.154	.215	.227	.013	.368	.698	.709	.297	.677	.324	.012		.672	.023
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Y18	Pearson Correlation	.406*	.411*	-.063	.139	.143	.404*	.021	.014	.269	.214	.142	.112	.112	.050	-.004	.217	.079	1	.388*
	Sig. (2-tailed)	.024	.022	.738	.456	.444	.024	.912	.942	.144	.247	.446	.547	.549	.791	.983	.242	.672		.031
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
SUMY	Pearson Correlation	.741**	.485**	.459**	.361*	.593**	.569**	.515**	.361*	.412*	.590**	.470**	.400*	.552**	.492**	.532**	.626**	.407*	.388*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.009	.046	.000	.001	.003	.046	.021	.000	.008	.026	.001	.005	.002	.000	.023	.031	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3

RELIABILITAS X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,924	,919	18

91,9%

Kriteria Nunally (1960) : Cronbach Alpha > 60%

91,9% > 60%

Maka Variabel X Reliabel

Lampiran 4

RELIABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,821	,822	18

82,2%

Kriteria Nunally (1960) : Cronbach Alpha > 60%

82,2% > 60%

Maka Variabel Y Reliabel

Lampiran 5

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	30,4	30,4	30,4
	Perempuan	39	69,6	69,6	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Lampiran 6

Identitas Responden Berdasarkan Usia

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-19	14	25,0	25,0	25,0
	20-22	41	73,2	73,2	98,2
	23-25	1	1,8	1,8	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Lampiran 7

Identitas Responden Berdasarkan Angkatan

		Angkatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Al-Ghazi	7	12,5	12,5	12,5
	Mumtaz	13	23,2	23,2	35,7
	Al-Hammad	18	32,1	32,1	67,9
	Al-Muharrik	15	26,8	26,8	94,6
	DPL	3	5,4	5,4	100,0
Total		56	100,0	100,0	

Lampiran 8

DATA STATISTIK VARIABEL X

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR FREKUENSI

Statistics		
Frekuensi		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		9,86
Median		10,00
Mode		10
Std. Deviation		2,093
Variance		4,379
Range		10
Minimum		5
Maximum		15

Lampiran 9

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR DURASI

Statistics		
Durasi		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		5,32
Median		5,00
Mode		6
Std. Deviation		1,281
Variance		1,640
Range		5
Minimum		3
Maximum		8

Lampiran 10

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR ATENSI

Statistics		
Atensi		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		35,50
Median		35,00
Mode		34
Std. Deviation		3,603
Variance		12,982
Range		17
Minimum		26
Maximum		43

Lampiran 11

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK SELURUH INDIKATOR INTENSITAS

Statistics		
SumIntensitas		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		50,68
Median		50,00
Mode		47
Std. Deviation		5,683
Variance		32,295
Range		24
Minimum		41
Maximum		65

Lampiran 12

DATA STATISTIK VARIABEL Y

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR HASIL YANG DIPERKIRAKAN

Statistics		
HYDP		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		13,21
Median		13,00
Mode		12
Std. Deviation		1,724
Variance		2,971
Range		6
Minimum		10
Maximum		16

Lampiran 13

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR DAYA TARIK HASIL

Statistics		
DTH		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		16,70
Median		17,00
Mode		15
Std. Deviation		1,897
Variance		3,597
Range		7
Minimum		13
Maximum		20

Lampiran 14

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR CARA MEMPEROLEH HASIL

Statistics		
CMH		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		13,30
Median		13,00
Mode		12
Std. Deviation		1,662
Variance		2,761
Range		7
Minimum		9
Maximum		16

Lampiran 15

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK INDIKATOR KESESUAIAN PELUANG USAHA DENGAN TUNTUTAN TUGAS

Statistics		
KPU DTT		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		16,70
Median		17,00
Mode		15
Std. Deviation		1,897
Variance		3,597
Range		7
Minimum		13
Maximum		20

Lampiran 16

DATA STATISTIK EMPIRIS UNTUK MOTIVASI DAKWAH SECARA KESELURUHAN

Statistics		
SumMotDak		
N	Valid	56
	Missing	0
Mean		59,18
Median		60,00
Mode		55
Std. Deviation		5,859
Variance		34,331
Range		25
Minimum		47
Maximum		72

Lampiran 17

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,64099756
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,641
Asymp. Sig. (2-tailed)		,806

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 18

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi Dakwah Anggota LDK SUKA * Intensitas Mengakses Akun IG Cordova Media	Between Groups	(Combined)	766,306	20	38,315	1,195	,314
		Linearity	138,067	1	138,067	4,307	,045
		Deviation from Linearity	628,239	19	33,065	1,032	,454
	Within Groups		1121,908	35	32,055		
Total			1888,214	55			

Lampiran 19

UJI KORELASI

Correlations

		Intensitas Mengakses IG Cordova Media	Motivasi Dakwah Anggota LDK SUKA
Intensitas Mengakses IG Cordova Media	Pearson Correlation	1	,270(*)
	Sig. (2-tailed)		,044
	N	56	56
Motivasi Dakwah Anggota LDK SUKA	Pearson Correlation	,270(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,044	
	N	56	56

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden

Nama Lengkap :
Usia :
Angkatan di LDK :
No. HP/WA :

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebelumnya saya mengucapkan maaf apabila kegiatan yang saya lakukan mengganggu aktivitas anda. Adapun kegiatan yang saya lakukan adalah pengambilan data untuk skripsi saya yang berjudul **“Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Cordova Media (@cordova.media) dengan Motivasi Dakwah Anggota Lembaga Dakwah Kampus Sunan Kalijaga”** sSehubungan dengan penelitian tersebut, saya meminta kesediaan anda untuk mengisi instrumen penelitian yang saya sediakan sesuai dengan kondisi anda. Atas kesediaan dan partisipasinya, saya mengucapkan terimakasih dan *jazaakumullah khair.* ☺

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Maulidiyah Putri

Petunjuk Pengisian Angket

- a. Tulis data diri di tempat yang sudah disediakan!
- b. Beri tanda centang (✓) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda dari 4 pilihan jawaban yang disediakan!

Adapun keterangan jawaban adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Sesuai

TS : Tidak

Sesuai

S : Sesuai

STS : Sangat

Tidak Sesuai

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM CORDOVA MEDIA (@CORDOVA.MEDIA)					
FREKUENSI					
1.	Saya melihat setiap konten yang diunggah akun Instagram Cordova Media				
2.	Saya hanya menonton konten yang saya sukai saja				
3.	Saya juga melihat Instagram Story/TV yang diunggah akun Instagram Cordova Media				
4.	Saya tidak pernah melihat Instagram Story/TV akun Instagram Cordova Media				
DURASI					

5.	Dalam satu postingan video, saya menonton dari slide awal sampai habis				
6.	Dalam satu postingan video, saya hanya menonton sampai slide tertentu saja.				
ATENSI					
7.	Saya mengetahui perjalan Cordova Media sejak masa-masa awal berdiri sampai sekarang.				
8.	Saya merasa bosan dengan topik-topik pembahasan akun Cordova Media.				
9.	Saya membagikan atau <i>repost</i> unggahan akun Cordova Media yang saya anggap menarik ke akun media sosial saya, supaya teman-teman saya juga ikut mengetahuinya.				
10.	Saya tertarik dengan berbagai konten pembahasan yang diunggah akun Cordova Media.				
11.	Saya rasa ada banyak akun dakwah Instagram lain yang lebih baik daripada				

	akun Cordova Media, sehingga mungkin saya akan <i>unfollow</i> akun Cordova Media.				
12.	Saya sulit memahami pembahasan yang disajikan akun Cordova Media.				
13.	Saya menyukai videografi dan <i>caption</i> pada unggahan akun Cordova Media.				
14.	Saya merasa tidak mendapatkan manfaat dari unggahan akun Cordova Media.				
15.	Motivasi dakwah saya meningkat setelah melihat unggahan akun Cordova Media.				
16.	Menurut saya, tidak masalah saya jarang membuka akun Instagram Cordova Media, yang terpenting saya sudah <i>memfollownya</i> .				
17.	Saya tidak pernah penasaran apakah akun Instagram Cordova Media memiliki postingan				

	baru (yang belum saya lihat) atau tidak.				
18.	Menurut saya akun Instagram Cordova Media adalah akun dakwah yang baik dan bermanfaat sehingga perlu untuk terus aktif dan memiliki lebih banyak <i>followers</i> .				
MOTIVASI DAKWAH					
HASIL YANG DIPERKIRAKAN					
19.	Saya memiliki tekad yang kuat dalam berdakwah karena ada harapan positif yang hendak saya capai.				
20.	Saya malas berdakwah karena tidak mendapat apa-apa.				
21.	Saya yakin dengan berdakwah saya dapat menjadi orang yang dicintai masyarakat.				
22.	Saya tidak memiliki harapan tertentu dalam melaksanakan dakwah. Yang penting ikut berdakwah saja seperti yang lain.				
DAYA TARIK HASIL					

23.	Mengetahui dalil tentang keutamaan berdakwah dan <i>fadhilahnya</i> membuat motivasi dakwah saya menjadi semakin tinggi.				
24.	Saya sering merasa jenuh karena apa yang saya harapkan dengan berdakwah tidak kunjung saya dapatkan.				
25.	Saya ingin masuk surga, makanya saya berdakwah.				
26.	Dibanding manfaat yang saya dapat, berdakwah hanya membuang waktu, tenaga dan harta saya.				
27.	Saya merasa tidak ada hasil yang menarik dalam kegiatan dakwah saya.				
CARA MEMPEROLEH HASIL					
28.	Semakin saya semangat untuk berdakwah, semakin banyak kemudahan dan jawaban (dari permasalahan hidup) yang saya dapatkan.				

29.	Saya selalu berusaha ikhlas dan totalitas dalam berdakwah.				
30.	Saya tidak siap menyerahkan jiwa, raga dan harta saya untuk keberhasilan dakwah.				
31.	Saya mengevaluasi kegiatan dakwah yang saya lakukan supaya kegiatan dakwah berikutnya bisa berjalan lebih baik lagi.				
KESESUAIAN PELUANG USAHA DENGAN TUNTUTAN TUGAS					
32.	Saya merasa peluang keberhasilan dakwah yang saya lakukan sangatlah kecil.				
33.	Saya bisa memberikan kontribusi untuk keberhasilan dakwah dengan <i>skill</i> /hal positif yang saya miliki.				
34.	Saya merasa tidak memiliki peluang yang sama dengan anggota lain dalam mencapai keberhasilan dakwah.				
35.	Saya sering merasa sendirian dalam berdakwah, hal itu				

	membuat saya lelah dan ingin berhenti.				
36.	Saya percaya, sesulit apapun rintangannya, dakwah yang saya lakukan akan berhasil berkat pertolongan Allah.				

Alhamdulillah.

Terimakasih atas kerjasama dan partisipasinya. *InSyaaAllah* jawaban dari pernyataan ini akan terjaga privasinya.

Semoga Allah memberikan balasan terbaik untuk anda.

Selamat beraktifitas kembali. 😊

PEDOMAN WAWANCARA

1. Jumlah anggota di LDK Sunan Kalijaga?
2. Apakah anggota LDK rata-rata memiliki akun Instagram?
3. Apakah anggota LDK mengetahui akun Instagram Cordova Media?
4. Bagaimana motivasi dakwah LDK Sunan Kalijaga?
5. Bagaimana kegiatan dakwah LDK Sunan Kalijaga?







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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.585/10/2018

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

Nama : Maulidiyah Putri
Tempat, dan Tanggal Lahir : Kalianda, 06 Juli 1998
Nomor Induk Mahasiswa : 15210019
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi : Banyuadem, Banyuadem
Kecamatan : Srumbung
Kabupaten/Kota : Magelang
Propinsi : B.I. Yogyakarta
Jawa Tengah

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,18 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018
Ketua



Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002

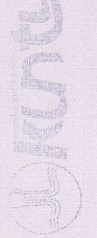
Sertifikat

Diberikan Kepada:

MAULIDIYAH PUTRI

yang telah melaksanakan Magang Profesi di Majalah Kuntum,
Periode November 2018 dan dinyatakan LULUS
dengan nilai 97,6 (A)

Yogyakarta, 8 Desember 2018
Pemimpin Umum

Andrian Sidiq Nugroho

PENILAIAN MAGANG PROFESI

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Aspek yang Dinilai			Nilai Rata-Rata
			Keseriusan dan Tata Tertib (20%)	Penguasaan Materi Praktikum (20%)	Hasil Produksi (60%)	
1.	15210019	Maulidiyah Putri	96 (98)	98 (99)	87 (57)	93 (A)
2.	15210020	Putri Shakinah A.	96 (98)	98 (99)	87 (57)	93 (A)

Yogyakarta, 8 Desember 2018
Pimpinan Redaksi



Rasvid Sidiq, S.Pd

NB

A : 95 – 100
A- : 90 – 95
A/B : 85 – 90
B+ : 80 – 85
B : 75 – 80
B- : 70 – 75
B/C : 65 – 70
C : 60 – 65

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

Nama : Mauidiyah Putri
NIM : 15210019
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	80	B
2.	Microsoft Excel	60	C
3.	Microsoft Power Point	95	A
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	83.75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Kepala PTIPD



Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.
NIP. 19820511 200604 2 002

Standar Nilai

Angka	Huruf	Predikat
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





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

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.8.154/2019

This is to certify that:

Name : **Maulidiyah Putri**
Date of Birth : **July 06, 1998**
Sex : **Female**

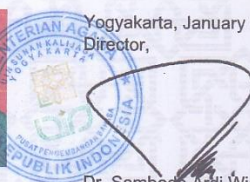
achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **January 09, 2019** by Center for Language Development of State
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	47
Total Score	443

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, January 09, 2019
Director,



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





شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: JIN.02/L4/PM.03.2/6.21.4.159/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Maulidiyah Putri :

تاريخ الميلاد : ٦ يوليو ١٩٩٨

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٣ يناير ٢٠١٩، وحصلت على
درجة :

٣٧	فهم المسموع
٣٣	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٠	فهم المقروء
٣٣٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكاكرتا، ٣ يناير ٢٠١٩

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التـهـ ظـف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥



Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015



UIN
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MAULIDIYAH PUTRI
NIM : 15210019
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. Siti Ruhaini Dzuhayatin, M.A.

NIP. 19630517 199003 2 002



Sertifikat

NO. PAN-OPAK.UIN-SUKA.VIII.2015



opak2015

Diberikan kepada:

Maulidiyah Putri

Sebagai :

PESERTA

Orientasi ,Pengenalan Akademik Dan Kemahasiswaan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Pada Tanggal 20-22 Agustus 2015

Mengetahui,

Wakil Rektor

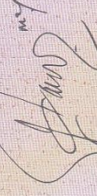
Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama
UIN Sunan Kalijaga



Dr. Siti Rahaini Dzuhayatin, MA
NIP. 19630517 199003 2 002

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

Ketara Panitia



M. Maqshudul Faiz
NIM. 13360019



UIN
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email: fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Uh.02/DB/PP.01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

MAULIDIYAH PUTRI

15210019

LULUS dengan Nilai 95 (A)

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016

Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag. MSI., MA., Ph.D

NIP. 19710919 199603 2 001

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF

DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



LIBRARY OF ISLAMIC STATE UNIVERSITY OF SUNAN KALIJAGA
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta, Telp (0274) 548635, Fax (0274) 552231
Website : www.lib.uin-suka.ac.id | E-mail : lib@uin-suka.ac.id



Sertifikat

Nomor: UIN.02 / L.1 / TU.00.9 / 189 / 2015

diberikan kepada:

Maulidiyah Putri

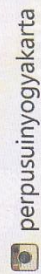
NIM : 15210019

sebagai PESERTA AKTIF dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (*User Education*) pada Tahun Akademik 2015/2016 yang diselenggarakan oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

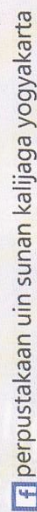
Yogyakarta, September 2015
Kepala Perpustakaan,



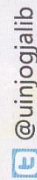
Dr. Hj. Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., SIP., M.Si
NIP. 19680701 199803 2 001



[perpusuin Yogyakarta](#)



[perpustakaan uin sunan kalijaga yogyakarta](#)



[@uinjogjalib](#)



[sukalib](#)



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

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id

TRANSKRIP NILAI SEMENTARA
PROGRAM SARJANA (S1)

Nama : MAULIDIYAH PUTRI
Tempat, Tanggal Lahir : KALIANDA, 6 JULI 1998
Nomor Induk Mahasiswa : 15210019

Jurusan/Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Tanggal Masuk : 1 SEPTEMBER 2015

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot
1	PTI00005	Akhlaq-Tasawuf	2	A/B	7,00	30	NAS00003	Bahasa Indonesia	2	A	8,00
2	PTI00002	Al-Qur'an/Al-Hadits	3	B+	9,75	31	KPI4440021	Hukum Dan Etika Jurnalistik	2	A/B	7,00
3	PTU00001	Bahasa Inggris	2	A/B	7,00	32	KPI4440023	Jurnalistik Cetak	3	A	12,00
4	USK01002	Filsafat Ilmu	2	A	8,00	33	KPI4050025	Kewirausahaan	3	A	12,00
5	FDY03001	Ilmu Dakwah	2	A/B	7,00	34	KPI4050026	Komunikasi Antar Budaya	2	A	8,00
6	NAS00001	Pancasila	2	A-	7,50	35	KPI4050027	Metodologi Penelitian Sosial	2	B+	8,50
7	KPI02014	Pengantar Ilmu Komunikasi	3	A/B	10,50	36	KPI4040028	Psikologi Dakwah	2	A	8,00
8	USK01001	Pengantar Studi Islam	2	A	8,00	37	KPI4440029	Reportase Media Cetak	3	A	12,00
9	PTI00004	Tauhid	2	A-	7,50	38	KPI4050031	Retorika Dakwah	2	A-	7,50
10	PTI00001	Bahasa Arab	2	A	8,00	39	KPI4440032	Fotografi Jurnalistik	3	A	12,00
11	PTI00003	Fikih Usul Fikih	2	A	8,00	40	KPI4440033	Jurnalistik Investigatif	2	A	8,00
12	FDY03006	Hadis Dakwah	2	A	8,00	41	KPI4440034	Jurnalistik Online	3	A	12,00
13	NAS00002	Kewarganegaraan	2	A	8,00	42	KPI4440035	Manajemen Redaksi	3	A/B	10,50
14	KPI02005	Komunikasi Massa	2	A/B	7,00	43	KPI4440037	Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif	3	A	12,00
15	KPI02007	Komunikasi Politik	2	A	8,00	44	KPI4440039	Penulisan Artikel	3	A	12,00
16	PTI00006	Sejarah Kebudayaan Islam dan Budaya Lokal	3	A	12,00	45	KPI4440041	Produksi Berita Media Cetak	3	A-	11,25
17	KPI05059	Studi Agama Kontemporer	2	A/B	7,00	46	KPI02018	Sosiologi Komunikasi	2	A	8,00
18	FDY03005	Tafsir Ayat Dakwah	2	A	8,00	47	KPI4440046	Analisis Teks Media	3	A	12,00
19	KPI02019	Teori Komunikasi	3	A	12,00	48	KPI4040047	Manajemen Media Massa	3	A	12,00
20	KPI02001	Desain Komunikasi Visual	3	B+	9,75	49	KPI4040048	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif	3	A	12,00
21	KPI05056	Fikih Kontemporer	2	A	8,00	50	KPI4440049	Penulisan Features	3	A/B	10,50
22	KPI02002	Filsafat/Etika Komunikasi	3	A/B	10,50	51	KPI4440052	Produksi Media Cetak	3	A-	11,25
23	FDY03007	Fiqh Al-Dakwah	3	A	12,00	52	KPI4040053	Sistem Teknologi Informasi Dan Komunikasi	3	A	12,00
24	KPI02004	Komunikasi Kelompok	2	A/B	7,00	53	KPI4040054	Statistik Sosial	3	A	12,00
25	KPI02006	Komunikasi Organisasi	2	A-	7,50	54	KPI4040055	Magang Profesi	4	A	16,00
26	KPI02015	Pengantar Jurnalistik	2	A	8,00	55	KPI4040056	Seminar Komunikasi	3	A	12,00
27	KPI445017	Periklanan	2	A	8,00	56	USK402001	Kuliah Kerja Nyata	4	A	16,00
28	KPI02016	Psikologi Komunikasi	3	A-	11,25	57	USK403007	Skripsi Tugas Akhir	4	A-	11,25
29	FDY03003	Sejarah Dakwah	2	A	8,00						

Indeks Prestasi Kumulatif:
IPK : (567,25 /148) = 3,83 (Tiga Koma Delapan Tiga)

Predikat Kelulusan:
PUJIAN

Indeks Prestasi Kumulatif	Predikat Kelulusan
3,51 - 4,00	PUJIAN
3,01 - 3,50	SANGAT MEMUASKAN
2,76 - 3,00	MEMUASKAN
2,00 - 2,75	CUKUP



Yogyakarta, 5 Juli 2019
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

I J A Z A H

SEKOLAH MENENGAH ATAS
PROGRAM ILMU PENGETAHUAN ALAM
TAHUN PELAJARAN 2014/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas Negeri 1
Kalianda Lampung Selatan menerangkan bahwa:

nama : MAULIDIYAH PUTRI
tempat dan tanggal lahir : Kalianda, 6 Juli 1998
nama orang tua/wali : SUWANDI
nomor induk siswa : 08932
nomor induk siswa nasional : 9989316715
nomor peserta ujian nasional : 09-001-055-2
sekolah asal : SMA Negeri 1 Kalianda

LULUS

dari satuan pendidikan setelah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan
perundang-undangan.

Lampung Selatan, 15 Mei 2015
Kepala Sekolah,



MUHAMMAD NURDIN, S.Pd
196811071992031006



DN - 12 Ma 0013568

DAFTAR NILAI
SEKOLAH MENENGAH ATAS
 Program Ilmu Pengetahuan Alam
 TAHUN PELAJARAN 2014/2015

Nama : MAULIDIYAH PUTRI
 Tempat dan Tanggal Lahir : Kalianda, 6 Juli 1998
 Nomor Induk Siswa : 08932
 Nomor Induk Siswa Nasional : 99.89.316715

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-rata Rapor	Nilai Ujian Sekolah	Nilai Sekolah
1.	Pendidikan Agama	88.00	82.7	85.9
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	85.00	91.6	87.6
3.	Bahasa Indonesia	87.67	86.0	87.0
4.	Bahasa Inggris	82.33	98.0	88.6
5.	Matematika	85.33	95.0	89.2
6.	Fisika	81.33	90.0	84.8
7.	Kimia	83.33	97.5	89.0
8.	Biologi	86.33	92.5	88.8
9.	Sejarah	81.00	91.0	85.0
10.	Seni Budaya	84.00	90.5	86.6
11.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	80.00	92.4	85.0
12.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	82.33	99.0	89.0
13.	Keterampilan <i>Bhs. Arab</i>	88.67	93.0	90.4
14.	Muatan Lokal			
	a. <i>Kewirausahaan</i>	85.00	87.6	85.8
	b.			
	c.			
Rata-rata				87.3



Lampung Selatan, 15 Mei 2015
 Kepala Sekolah,

MUHAMMAD NURDIN, S.Pd
96811271992031006



PUSAT PENGEMBANGAN
TEKNOLOGI DA'WAH

SUKA TV



AWARDING
GENERASI 8

Piagam Penghargaan

Diberikan Kepada :

Maulidiyah Putri

Sebagai

Produser Terbaik

Dalam Produksi Program TV yang merupakan bagian dari
"WORKSHOP PENGENALAN PRODUKSI"
PROGRAM PERTELEVISIAN SUKA TV GENERASI 8

Diselenggarakan oleh Divisi Televisi dan Multimedia (SUKA TV)
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ketua Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)

Mergerahw
Aris Riediana, S.S., I., MM
NIP. 19820804 201101 1007

Ketua SUKA TV

Bakhtiar Nugraha Hadi Prasetyo
NIM. 122 10029

Ketua Panitia

Az Zahra Maslida T.G
NIM. 12200078

Sertifikat

Diberikan kepada

Maulidiyah Putri

sebagai peserta dalam seminar

Pemikiran dan Peradaban Islam

yang diselenggarakan oleh

Program Kaderisasi Ulama (PKU) Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor

di UIN Sunan Kalijaga pada Selasa, 18 Desember 2018 M /10 Rabi'ul Akhir 1440 H



Prof. Dr. Amel Fathullah Zarkasyi, M.A.



Direktur PKU

Khoirul Umam, M.Ec.



**LEMBAGA DAKWAH KAMPUS
SUNAN KALIJAGA**

SERTIFIKAT

001/MPi/DEPART-ISU/LDK-SUKA/IV/2018

Sertifikat ini diberikan kepada :

MAULIDIYAH PUTRI

sebagai :

PESERTA

dalam agenda Madrasah Pemikiran Islam yang diselenggarakan
oleh Departemen Isu dan Pemikiran LDK Sunan Kalijaga

Ketua Umum LDK Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 12 April 2018
Kadept. Isu dan Pemikiran


Affan Rasyid Ridha
NIM 14660029



Insan Yudha Pranata
NIM 15120085

Sertifikat

Diberikan Kepada:

Maulidiyah Putri

Atas keperansertaannya secara aktif dan terpuji dalam mengikuti

**SEMINAR KEMUSLIMAHAN:
"MUSLIMAH MENGHAFAZ AL-QUR'AN
UNTUK MEMBANGUN PERADABAN"**

Yang diselenggarakan oleh Departemen Kemuslimahan LDK Sunan Kalijaga

Sabtu, 29 April 2017

Ruang Teatrikal Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kadep Kemuslimahan



NURUL DWI MINARSIH
NIM. 14480107

Ketua Umum LDK-SUKA



MUHAMMAD ABDULLAH AKHYAR
NIM. 14240016

SERTIFIKAT

PARTISIPASI

diberikan kepada

Maulidiyah Putri

atas peran sertanya sebagai

PESERTA AKTIF

pada acara Workshop Kreatif, Broadcast Party #3
bersama Awangiz
dalam rangka Anniversary Rasida FM ke-14
yang dilaksanakan pada 14 Mei 2016

lin

lin Nurmalia

General Manager RASIDA FM



Arif

Aris Risdiana, S. Sos. I., MM

Ketua PPTD

Sertifikat



Diberikan Kepada :

MAULIDIYAH PUTRI

Yang telah berpartisipasi sebagai peserta KETUPAD
"Keislaman Training Untuk Peradaban Anak Dakwah"

Komunitas Mahasiswa Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

M. As'adur Rofiq

Ketua Panitia KETUPAD

Nashih 'Ulwan Az-Zuhdi

Ketua FOR-ID

Sabtu, 5 Maret 2016

SUKA TV

WORKSHOP GENERASI #8



PUSAT PENGEMBANGAN
TEKNOLOGI DAKWAH



PIAGAM PENGHARGAAN

Diberikan Kepada :

Maulidiyah Putri

Sebagai

PESERTA

Dalam Acara
"WORKSHOP PENGENALAN PRODUKSI
PROGRAM PERTELEVISIAN SUKA TV GENERASI 8"

Yang diselenggarakan oleh Divisi Televisi dan Multimedia (SUKA TV)
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sabtu, 26 September 2015

Ruang Teatrikal Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,
Ketua Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Aris Radiana, S.Sos.I, MM.
NIP. 19820804 201101 1007

Ketua SUKA TV

Bakhtiar Nugraha Hadi Prasetya
NIM. 12210029

Ketua Panitia

Az-Zahra Maulida T.G
NIM. 14210078



**MAULIDIYAH
PUTRI**

IDENTITAS DIRI

TEMPAT, TANGGAL LAHIR

Kalianda, 6 Juli 1998

AGAMA

Islam

TINGGI & BERAT BADAN

162 cm & 49 kg

HOBİ

Membaca, Menulis, Travelling

ALAMAT

Jl. Pesisir, Desa Rajabasa,
RT05/RW02, Kec. Rajabasa,
Kab. Lampung Selatan,
Prov. Lampung

KONTAK

NO. HP/WA

081325108043

INSTAGRAM

@mdputri678

FACEBOOK

Maulidiyah Putri

E-MAIL

maulidiyahputri21@gmail.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)

PENDIDIKAN FORMAL

2003-2009	SD Negeri 2 Gedung Karya Jitu
2009-2010	Pondok Pesantren Ushuluddin
2010-2012	SMP Negeri 1 Rajabasa
2012-2015	SMA Negeri 1 Kalianda
2015-2019	UIN Sunan Kalijaga Sunan Kalijaga

PENDIDIKAN NON FORMAL

- Pelatihan Komputer/ICT, Bahasa Inggris/TOEFL, Bahasa Arab/IKLA, Baca Tulis al-Qur'an/BTQ
- Kursus Bahasa Inggris Rumah Kepompong
- Pelatihan Komputer & Design Grafis SMANSAKA
- Workshop Pengenalan Produksi TV SUKA TV
- Sekolah Film Jama'ah Cinema Mahasiswa
- Magang Profesi sebagai Reporter di Majalah Kuntum

PRESTASI/PENGHARGAAN

- Peserta OSN Fisika Lampung Selatan 2010
- Peserta OSN Matematika Lampung Selatan 2011
- The 1st Champion of English Scrabble Competition, SMAN 1 Kalianda, 2013
- Juara 3 Tahfidz Qur'an SMAN 1 Kalianda, 2013
- The Octo Finalist of Scrabble Competition, Prov. Lampung, 2013
- Juara 1 Lomba Cipta Cerita Fiksi Nasional, 2014
- Produser Terbaik Workshop Produksi TV SUKA TV 2015

PENGALAMAN ORGANISASI/KERJA

- Anggota Program Cahaya Iman SUKA TV
- Penulis Naskah dan HUMAS Jamaah Cinema Mahasiswa
- Divisi Publikasi dan Komunikasi SUKA PEDULI
- Departemen Kemuslimahan, LDK Sunan Kalijaga
- Relawan PPPA Daarul Qur'an
- Divisi Intelektual Forum Intelektual Dakwah
- Pengajar dan wakil direktur TPA al-Bahrawi
- Admin online & content creator Majalah Kuntum
- Designer & content creator freelance slibulancer.com

KEAHLIAN

- Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint
- Adobe Photoshop, Inkscape
- Menulis Naskah, Membuat Konten, Mengelola Media
- Publik Speaking, Reportase dan Teaching.