

**MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO DAKWAH PADA
CHANNEL YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL DI KALANGAN
ANGGOTA PAC IPNU IPPNU KALASAN**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Agus Sanjaya

NIM. 16210044

Pembimbing:

Drs. Muhammad Sahlan, M.Si

NIP. 19680501 199303 1 006

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

2020



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-517/Un.02/DD/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO DAKWAH PADA
CHANNEL YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL DI KALANGAN
ANGGOTA PAC IPNU IPPNU KALASAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AGUS SANJAYA
Nomor Induk Mahasiswa : 16210044
Telah diujikan pada : Rabu, 27 Mei 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si

SIGNED

Valid ID: 5eeb6790abd5d



Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd

SIGNED

Valid ID: 5eeb5f63716b2



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum

SIGNED

Valid ID: 5ee47844ba833

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 27 Mei 2020

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5eeb6b6521475



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 Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamua'alaikum.wr.wb.

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

Nama : Agus Sanjaya
NIM : 16210044
Judul Skripsi : **MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON
VIDEO DAKWAH PADA CHANNEL
YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL
DI KALANGAN ANGGOTA PAC IPNU
IPPNU KALASAN**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi 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 dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum.wr.wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Mei 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi

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

Pembimbing Skripsi

Drs. Muhammad Sahlan, M.Si
NIP. 19680501 1993031 006



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Sanjaya
NIM : 16210044
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi Saya yang berjudul : MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL DI KALANGAN ANGGOTA PAC IPNU IPPNU KALASAN adalah asli 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 penulis siap bertanggung jawab sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Mei 2020

Yang menyatakan,



Agus Sanjaya
NIM: 16210044

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberi dukungan dari awal hingga akhir proses perkuliahan.
2. Abah Miftah Maulana Habiburrahman, Bunda Dwi Astutiningsih, serta segenap keluarga besar Pondok Pesantren Ora Aji.
3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2016.
5. Teman-teman KKN Tematik Nglanggeran Kelompok Gunung Butak.
6. Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Kegagalan adalah cara Allah untuk mengatakan bersabarlah karena Aku memiliki sesuatu yang lebih baik untukmu saat waktunya tiba.

- Gus Miftah



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang selalu senantiasa melimpahkan rahmat-Nya untuk kita semua. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, sang rasul panutan yang menuntun umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan keilmuan dan kemajuan teknologi seperti saat ini. *Alhamdulillahirobbil'alamin*, setelah melalui proses yang cukup panjang penulis mampu menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata I dengan judul Motif dan Kepuasan Menonton Video Dakwah pada *Channel Youtube Gus Miftah Official*. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Phil. Sahiron, M.A selaku Plt. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Musthofa, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Drs. Muhammad Sahlan, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd, selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang senantiasa tulus dan ikhlas mengajar serta memberikan layanan selama proses perkuliahan.

7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberi dukungan dari awal hingga akhir proses perkuliahan.
8. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama ini, teman-teman Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2016, teman-teman KKN Tematik Nglanggeran Kelompok Gunung Butak.
9. Segenap pihak yang telah membantu penelitian ini terutama admin *channel* Youtube Gus Miftah Official dan rekan-rekan PAC IPNU-IPPNU Kalasan. Semoga Allah memberikan pahala serta balasan yang setimpal atas seluruh bantuannya.

“Tak ada gading yang tak retak” begitulah sebuah pepatah mengatakan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis masih sangat terbatas. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini mendapatkan berkah dan bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Agus Sanjaya, NIM 16210044. Motif dan Kepuasan Menonton Video Dakwah pada *Channel* Youtube Gus Miftah Official dikalangan Anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan. Skripsi. Yogyakarta: Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Youtube merupakan situs media sosial yang menyediakan informasi berbasis video yang dapat ditonton oleh jutaan orang diseluruh dunia tanpa dibatasi ruang dan waktu. Perkembangan Youtube memberikan arah baru bagi terciptanya model penyampaian materi dakwah. Pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah oleh *channel* Youtube Gus Miftah Official bertujuan untuk menyebarkan materi dakwah dan kegiatan-kegiatan dakwah Gus Miftah kepada para jamaahnya. Salah satu yang dilakukan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dalam memenuhi kebutuhan akan informasi seputar keislaman adalah menonton video dakwah pada *channel* Gus Miftah Official. Dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official, anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan tentu memiliki motif serta kepuasan tersendiri terhadap informasi keislaman yang mereka cari dan yang ingin mereka peroleh. Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam teori *uses and gratification*, dimana khalayak dalam menggunakan media massa didorong oleh berbagai motif serta kebutuhan. Kepuasan akan diperoleh manakala motif dapat terpenuhi setelah menggunakan media tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nyata dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif. Data yang telah diperoleh dari 55 responden kemudian dihitung dan dilakukan uji perbandingan sampel berpasangan atau *paired sampel test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan motif dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official dapat terpuaskan karena hasil perbandingan menunjukkan *mean* skor $GS\ 3,502 < GO\ 3,904$. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti *Channel* Youtube Gus Miftah Official dapat memberikan kepuasan nyata secara signifikan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dengan tingkat kepuasan yang sangat rendah.

Kata Kunci : Motif, Kepuasan, Youtube dan Media Dakwah

ABSTRACT

Agus Sanjaya, NIM 16210044. Uses and Gratification of Watching Da'wah Videos on the Gus Miftah Official Youtube Channel among the PAC IPNU IPPNU Kalasan Members. Skripsi. Yogyakarta: Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Youtube is a social media site that provides video-based information that can be watched by millions of people around the world without being limited by time and space. The development of Youtube provides a new direction for the creation of a model delivery of da'wah material. The use of Youtube as a media for da'wah by the Gus Miftah Official Youtube Channel aims to deliver da'wah material and Gus Miftah's missionary activities to the congregation. One of the members of the PAC IPNU IPPNU Kalasan in meeting the need for information about Islam is to watch a video on the Gus Miftah Official Youtube channel. In watching da'wah videos on the Gus Miftah Official Youtube channel, members of the PAC IPNU IPPNU Kalasan certainly have their own uses and gratification with the Islamic information they are looking for and what they want to obtain. This is in accordance with what is explained in the theory of uses and gratification, where the audience in using mass media is driven by various uses and gratification. Gratification will be obtained when the motive can be fulfilled after using the media.

This study aims to determine uses and gratification of PAC IPNU IPPNU Kalasan members in watching da'wah videos on the Gus Miftah Official Youtube Channel. This study uses a survey method with a quantitative approach and is a type of descriptive research. Data obtained from 55 respondents were then calculated and tested with *paired sampel test*.

The results showed that the overall motive for watching da'wah video on the Gus Miftah Official Youtube Channel could be obtained because the comparison results showed that *mean* score $GS\ 3,502 < GO\ 3,904$. So it can be concluded that H_a is accepted and H_0 is rejected which means "The Gus Miftah Official Youtube Channel can provide gratification obtained to the audience among PAC IPNU IPPNU Kalasan members with very low gratification levels"

Keyword: Uses and Gratification, Youtube, Da'wah and Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Telaah Pustaka	5
F. Kerangka Teori	9
1. Teori Komunikasi Massa	9
2. Teori <i>Uses and Gratification</i>	10
a. Tinjauan tentang Motif	12
b. Tinjauan tentang Kepuasan	12
3. Teori <i>Discrepancy Gratification</i>	13
G. Hipotesis	14
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	17
B. Definisi Konseptual	17

C. Definisi Operasional	18
D. Populasi dan Sampel	22
E. Instrumen Penelitian	23
F. Teknik Pengumpulan Data	24
G. Validitas dan Reliabilitas	25
H. Teknik Analisis Data	29
BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Media Sosial Youtube	32
B. Channel Youtube Gus Miftah Official	34
C. PAC IPNU IPPNU Kalasan	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Frekuensi Identitas Responden	43
B. Tingkat Penggunaan Media	44
C. Analisis Motif Menonton Channel Youtube Gus Miftah Official	45
D. Analisis Kepuasan Menonton Channel Youtube Gus Miftah Official...	52
E. Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Menonton Channel Youtube Gus Miftah Official	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Dimensi dan Indikator Variabel Motif dan Variabel Kepuasan	20
Tabel 2. Kisi-kisi Skala Penilaian Motif	24
Tabel 3. Kisi-kisi Skala Penilaian Kepuasan	24
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X	26
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	27
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	28
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	29
Tabel 8. Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 9. Frekuensi Umur Responden	44
Tabel 10. Frekuensi Menonton Responden	44
Tabel 11. Frekuensi Durasi Menonton Responden.....	45
Tabel 12. Pembagian Interval Kelas.....	46
Tabel 13. Skor Pernyataan Motif Informasi.....	47
Tabel 14. Tingkat Motif Informasi	47
Tabel 15. Skor Pernyataan Motif Identitas Pribadi	48
Tabel 16. Tingkat Motif Identitas Pribadi	49
Tabel 17. Skor Pernyataan Interaksi Sosial	49
Tabel 18. Tingkat Motif Interaksi Sosial	50
Tabel 19. Skor Pernyataan Motif Hiburan	50
Tabel 20. Tingkat Motif Hiburan	51
Tabel 21. Skor Rata-rata Variabel Motif	52
Tabel 22. Skor Pernyataan Kepuasan Informasi	53
Tabel 23. Tingkat Kepuasan Informasi.....	53
Tabel 24. Skor Pernyataan Kepuasan Identitas Pribadi	54
Tabel 25. Tingkat Kepuasan Identitas Pribadi	55
Tabel 26. Skor Pernyataan Kepuasan Interaksi Sosial.....	55
Tabel 27. Tingkat Kepuasan Interaksi Sosial	56
Tabel 28. Skor Pernyataan Kepuasan Hiburan.....	56
Tabel 29. Tingkat Kepuasan Hiburan	57

Tabel 30. Skor Rata-rata Variabel Kepuasan	58
Tabel 31. <i>Paired Samples Statistics</i> Tiap Dimensi Variabel	59
Tabel 32. <i>Paired Samples Correlations</i> Tiap Dimensi Variabel	59
Tabel 33. <i>Paired Samples Test</i> Tiap Dimensi Variabel	60
Tabel 34. <i>Paired Samples Statistics</i> Seluruh Variabel.....	61
Tabel 35. <i>Paired Samples Correlations</i> Seluruh Variabel.....	61
Tabel 36. <i>Paired Samples Test</i> Seluruh Variabel	61
Tabel 37. Interval Kesenjangan Kepuasan	62
Tabel 38. Tingkat Kesenjangan Kepuasan.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia	33
Gambar 2. Beranda <i>Channel</i> Youtube Gus Miftah Official	35
Gambar 3. Video Dakwah pada <i>Channel</i> Youtube Gus Miftah Official	36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan media sosial sebagai media baru ditengah masyarakat. Keberadaan media sosial berdampak pada seluruh aspek kehidupan manusia. Kemudahan dan kecepatan akses dalam memenuhi kebutuhan akan informasi, hiburan serta pendidikan menjadikan media sosial lebih banyak digunakan oleh masyarakat. Rulli Nasrullah menyebutkan ada beberapa macam media sosial yang digunakan masyarakat seperti Blog, Wikipedia, Facebook, Instagram, Path, Whatsapp, Youtube dan masih banyak lagi.¹

Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Media sosial ini disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi dalam bentuk video dan menontonnya secara langsung.² Dilansir dari laman Kompas.com, Youtube telah mencatat jumlah penonton bulanan terdaftarnya (logged-in monthly users) sudah menembus 2 miliar pengguna. Angka ini naik sekitar 5 persen dari jumlah penonton bulanan di tahun 2018 yang tercatat di angka 1,8 miliar pengguna. Jumlah penonton bulanan ini

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 44.

² William Gunawan, "Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel 'Kok Bisa' di YouTube", *Jurnal E-Komunikasi*, vol 5:2 (2017), hlm. 2.

belum termasuk para pengguna internet lain yang kerap menonton video Youtube tapi tidak memiliki channel disana.³

Banyaknya jumlah pengguna serta kemudahan yang ditawarkan dalam menyebarkan informasi tanpa batas ruang dan waktu, menjadikan para da'i kini memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah. Dakwah melalui Youtube merupakan cara baru dalam mensyiarkan ajaran agama Islam di era perkembangan teknologi yang sangat pesat. Materi dakwah maupun kajian keislaman dalam bentuk video diunggah oleh para dai pada *channel-channel* Youtube. Melalui *channel* Youtube inilah, setiap orang dapat menonton video dakwah berulang kali dimana pun dan kapan pun.

Melihat dari banyaknya pengguna media sosial yang didominasi oleh kalangan pemuda, Gus Miftah melakukan inovasi dalam berdakwah yakni memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah. Gus Miftah memiliki *channel* Youtube dengan nama Gus Miftah Official. *Channel* Youtube ini dimanfaatkan oleh Gus Miftah untuk membagikan berbagai video kegiatan dakwahnya seperti video kegiatan ceramah, video kegiatan santri di Pondok Pesantren Ora Aji, serta video kegiatan lain yang sifatnya mengajak kepada kebaikan. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis, salah satu kalangan pemuda yang selalu mengikuti dakwah Gus Miftah baik menghadiri kajian dakwah secara langsung maupun melalui tontonan video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official adalah organisasi PAC IPNU IPPNU Kalasan.

³ Bill Clinton, <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/09/16120017/penonton-bulanan-youtube-tembus-angka-2-miliar>, diakses tanggal 6 Februari 2020.

PAC IPNU IPPNU Kalasan adalah organisasi kader dibawah naungan Nahdlatul Ulama yang bergerak dalam bidang keagamaan, kemasyarakatan, kepelajaran, serta kepemudaan yang berada di lingkungan Kecamatan Kalasan. Dalam memenuhi kebutuhan akan informasi seputar keislaman, salah satu yang dilakukan adalah mengikuti kegiatan dakwah Gus Miftah baik secara langsung maupun melalui tontonan video dakwah pada channel Youtube Gus Miftah Official. Dalam menonton video dakwah, anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan tentu memiliki motif serta kepuasan tersendiri terhadap informasi keislaman yang mereka cari dan yang ingin mereka peroleh. Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam teori uses and gratification, dimana khalayak dalam menggunakan media massa didorong oleh berbagai motif serta kebutuhan. Kepuasan akan diperoleh apabila media massa yang digunakan dapat memenuhi motif para penggunanya.

Berdasarkan hal inilah, penulis tertarik untuk meneliti motif dan kepuasan menonton video dakwah pada channel Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis maka rumusan penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar motif menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan?
2. Seberapa besar kepuasan menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan?

3. Apakah *channel* Youtube Gus Miftah Official dapat memberikan kepuasan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui besaran motif menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.
2. Mengetahui besaran kepuasan menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.
3. Mengetahui apakah *channel* Youtube Gus Miftah Official dapat memberikan kepuasan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi dan penyiaran islam.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lanjutan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai motif dan kepuasan menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official.

- b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan inovasi terbaru dalam memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang media dakwah.

E. Telaah Pustaka

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Setelah melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji, maka dapat dipaparkan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama, skripsi oleh Mohammad Athoillah mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Motif dan Kepuasan Mengakses Akun Instagram Nuonline_id dikalangan Santri Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta.”⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah akun Nuonline_id dapat memberikan kepuasan pada santri Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif menggunakan teori *uses and gratification*. Data yang telah diperoleh dari 92 responden kemudian dihitung dengan uji t test menggunakan uji perbedaan sampel berpasangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada

⁴ Mohammad Athoillah, *Motif Dan Kepuasan Mengakses Akun Instagram Nuonline_Id Dikalangan Santri Al Munawwir Krapyak Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi KPI Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018).

motif informasi terdapat ketidakpuasan dengan kesenjangan yang sangat kecil. Peneliti kemudian menyimpulkan secara umum bahwa akun Nuonline_id belum bisa memberikan kepuasan pada santri Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta karena kesenjangan antara motif dan kepuasan sangat kecil.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama meneliti tingkat kepuasan dalam menggunakan media. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mohammad Athoillah objek yang diteliti adalah akun instagram nuonline_id, sedangkan objek yang diteliti penulis adalah *channel* Youtube Gus Miftah Official.

Penelitian kedua, skripsi oleh Surya Rezky Amelia mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan judul “Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menonton Tayangan “Ini Talkshow” Di Net Tv (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar).”⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan tingkat kepuasan mahasiswa dalam menonton tayangan “Ini Talk Show.” Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif. Data yang telah diperoleh dari 96 responden kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap motif hiburan memiliki pengaruh paling besar yakni 62,5%. Pada motif identitas pribadi, motif

⁵ Surya Rezky Amelia, *Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menonton Tayangan “Ini Talkshow” Di Net Tv (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar)*, Skripsi (Makassar: Program Studi Ilkom Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2016).

integritas dan interaksi sosial juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Sedangkan pada motif informasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama mencari tahu besaran motif dan kepuasan dalam penggunaan media dengan menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Surya Rezky Amelia teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji T dan uji F sedangkan teknik analisis yang digunakan penulis adalah uji t test menggunakan uji perbedaan dua sampel berpasangan.

Penelitian ketiga, skripsi oleh Murti Kurnia Dewi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dengan judul “Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Website Media Online Kapanlagi.com (Studi Korelasi Pada Mahasiswa FEB Universitas Lampung Angkatan 2012-2015).”⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses *website* Kapanlagi.com. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif. Data yang telah diperoleh dari 94 responden dihitung dengan uji t test menggunakan uji korelasi Rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% dengan perbandingan $3.642 > 1,661$

⁶ Murti Kurnia Dewi, *Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Website Media Online Kapanlagi.com (Studi Korelasi Pada Mahasiswa FEB Unuversitas Lampung Angkatan 2012-2015)*, Skripsi (Lampung: Program Studi Ilkom Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2016).

sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat hubungan antara motif dengan kepuasan mahasiswa mengakses *website* media online Kapanlagi.com dengan tingkat korelasi yang kuat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama mencari tahu besaran motif dan kepuasan dalam penggunaan media dengan menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Murti Kurnia Dewi teknik analisis yang digunakan adalah teknik uji korelasi Rank Spearman sedangkan teknik analisis yang digunakan penulis adalah uji t test menggunakan uji perbedaan dua sampel berpasangan.

Penelitian keempat, penelitian yang telah dilakukan oleh Yohanes Handinata dalam Jurnal E-Komunikasi dengan judul “Motif Subscriber Dalam Menonton KVLOG di Channel Youtube.”⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif *subscriber* dalam menonton KVLOG Awkarin pada *channel* Youtube. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei. Data yang telah diperoleh dari 83 responden kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik *Cross Tab*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada indikator motif hiburan nilai skor sebesar 74,1 %, nilai skor motif antar pribadi sebesar 59,03%, nilai skor motif informasi sebesar 72,2%, dan nilai skor motif persahabatan sebesar 61,4%. Dari hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa motif tertinggi *subscriber* dalam menonton KVLOG Awkarin

⁷ Yohanes Handinata, “Motif Subscriber Dalam Menonton KVLOG di Channel Youtube”, Jurnal E-Komunikasi, vol. 6:1 (2018).

pada *channel* Youtube adalah pada indikator motif hiburan. Sedangkan motif terendah *subscriber* adalah pada indikator motif antar pribadi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama mencari tahu besaran motif dan kepuasan dalam penggunaan media dengan menggunakan teori *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Yohanes Handinata, data yang telah diperoleh dianalisis dengan teknik *Cross Tab*. Sedangkan teknik analisis yang digunakan penulis adalah uji t test menggunakan uji perbedaan dua sampel berpasangan.

F. Kerangka Teori

1. Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa sejatinya adalah suatu proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya.⁸ Media massa memproduksi pesan dan menyebarkan pesan tersebut kepada khalayak. Dennis McQuail mengartikan khalayak sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya.⁹ Ada dua perspektif mengenai khalayak yakni khalayak itu bersifat aktif dalam menerima pesan dari media massa dan khalayak itu bersifat pasif dan mudah dipengaruhi secara langsung oleh pesan media massa.

Teori yang menganut perspektif khalayak aktif menganggap bahwa khalayak dalam menerima terpaan pesan, tidak berdiri sendiri namun khalayak

⁸ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hlm. 7.

⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 202.

memiliki tingkat selektivitas terhadap pesan media. Sedangkan teori-teori yang menganut perspektif khalayak pasif menganggap bahwa khalayak dipandang sebagai sebuah populasi yang luas yang dibentuk oleh media massa. Media massa dianggap memiliki kekuatan luar biasa dalam mengendalikan serta mempengaruhi perilaku khalayak.¹⁰

Kemudahan dalam mengakses media sosial pada saat ini membuat khalayak bebas menggunakan media. Khalayak kini menjadi pengendali dirinya dalam memilih media yang akan digunakan. Seperti pada anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan yang memilih menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official untuk memenuhi kebutuhan seputar keislaman. Teori komunikasi massa yang sesuai digunakan untuk penelitian tentang penggunaan media oleh khalayak adalah teori *uses and gratification*.

2. Teori *Uses and Gratifications*

Pemikiran tentang pengaruh media massa telah berkembang melalui berbagai tingkatan. Konseptualisasi teori jarum suntik yang menganggap bahwasannya media memberi kekuatan besar terhadap khalayak kini tidak lagi akurat. Sebuah pendekatan yang dinamakan *uses and gratification* muncul dari pemikiran bahwa perilaku khalayak dalam mengkonsumsi pesan media didorong oleh adanya motif-motif tertentu.¹¹

Teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa khalayak memiliki seperangkat keinginan serta kebutuhan yang kompleks untuk mencari

¹⁰*Ibid*, hlm. 203.

¹¹ Burhan bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 284.

kepuasan dalam penggunaan media massa. Teori ini tidak memberikan perhatian pada efek langsung media terhadap khalayak melainkan memfokuskan perhatian pada motif dan perilaku khalayak dalam menggunakan media.¹² Diluar itu, tentu khalayak memiliki cara lain untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya seperti liburan, olahraga, hobi, bekerja dan lain-lain.¹³

Teori *uses and gratification* pertama kali dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Terdapat lima asumsi yang mendasari teori ini, yakni:

- a. Khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.
- b. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh khalayak.
- c. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.
- d. Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media.
- e. Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak itu sendiri.¹⁴

Inti pokok dari pendekatan teori *uses and gratification* ini adalah bahwa permasalahan utamanya bukanlah pada bagaimana media berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih kepada bagaimana suatu institusi media dapat memenuhi kepuasan khalayak berdasarkan motif-motif yang mendasari penggunaan media. Ada dua tinjauan dalam teori *uses and gratification* yakni tinjauan motif dan tinjauan kepuasan.

¹² Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 77.

¹³ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 245.

¹⁴ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 509.

a. Tinjauan tentang Motif

Pengertian motif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengarah pada alasan atau sebab seseorang melakukan sesuatu.¹⁵ Motif penggunaan media dalam teori *uses and gratification* dikenal dengan istilah *gratification sought*. *Gratification Sought* (GS) adalah motif yang mendorong seseorang menggunakan media massa.¹⁶ Penggunaan media massa disini dapat diartikan sama dengan berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan media massa.¹⁷

Dennis McQuail, Blumler dan Brown, mengidentifikasikan motif khalayak dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, yakni motif hiburan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah keseharian; motif interaksi sosial yang muncul ketika orang-orang menggunakan media sebagai substansi teman; motif identitas pribadi atau cara untuk memperkuat nilai-nilai individual; serta motif informasi mengenai cara media akan membantu individu mencapai sesuatu.¹⁸

b. Tinjauan tentang Kepuasan

Kepuasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata puas yang berarti merasa senang (lega, gembira, kenyang, dan lain sebagainya)

¹⁵ Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 591.

¹⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, cet.4, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 210.

¹⁷ Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa: Media Budaya Dan Masyarakat* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 78.

¹⁸ Richard Wes Dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2017), hlm. 129.

karena sudah terpenuhi hasrat hatinya.¹⁹ Konsep mengukur kepuasan dalam teori *uses and gratification* disebut dengan *gratification Obtained*. *Gratification obtained* (GO) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah menggunakan suatu jenis media tertentu. *Gratification obtained* mempertanyakan hal-hal khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh khalayak setelah menggunakan media dengan menyebut acara atau rubrik tertentu secara spesifik.²⁰

3. Teori *Discrepancy Gratification*

Salah satu model riset *uses and gratification* yang saat ini berkembang adalah model riset yang dibuat oleh Philip Palmgreen (1985) dari Kentucky University. Palmgreen menyusun model yang dapat mengukur kesenjangan antara kepuasan yang mereka perjuangkan dan mereka cari (*Gratification Sought*), dengan kepuasan yang mereka peroleh secara nyata atau kepuasan realitas (*Gratification Obtained*). Kesenjangan kepuasan atau *Discrepancy Gratification* adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor *gratification sought* dan skor *gratification obtained* dalam mengonsumsi media tertentu. Semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi audiens. Sebaliknya semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin memuaskan media tersebut bagi audiens.²¹

¹⁹ Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 705.

²⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 209

²¹ *Ibid*, hlm. 210.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah rumusan jawaban sementara yang harus diuji melalui kegiatan penelitian.²² Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan kerangka teori yang telah di jelaskan maka dapat di ajukan hipotesis kerja sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian ini :

1. Hipotesis Kerja (H_a)

Hipotesis kerja yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: *Channel* Youtube Gus Miftah Official dapat memberikan kepuasan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.

2. Hipotesis Nol (H_0)

Karena H_a diuji secara statistik maka diubah menjadi hipotesis nol, sehingga hipotesis nol dalam penelitian ini yaitu: *Channel* Youtube Gus Miftah Official tidak dapat memberikan kepuasan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan setiap bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini. Adapun dalam skripsi ini terdiri dari 5 bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisi pendahuluan skripsi yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka,

²² Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 24.

kerangka teori, hipotesis serta sistematika pembahasan.

BAB II: METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini meliputi jenis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Bab ini menguraikan gambaran umum mengenai media sosial Youtube, gambaran umum mengenai *channel* Youtube Gus Miftah Official dan gambaran umum mengenai organisasi PAC IPNU IPPNU Kalasan.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan analisis data dan pembahasan terkait data yang telah diperoleh dari responden. Terdiri dari deskripsi data penelitian, rangkaian analisis data tentang motif dan kepuasan menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan serta perbandingan antara keduanya.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis pada bagian pendahuluan. Selain itu, bab ini berisi kritik serta saran dalam penelitian sehingga dapat menjadi acuan untuk perbaikan penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai “Motif dan Kepuasan Menonton Video Dakwah pada *Channel* Youtube Gus Miftah Official dikalangan Anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan jumlah skor motif yang diperoleh dari 55 responden anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official berjumlah 2888. Dari keempat indikator motif dalam menonton video dakwah, motif informasi merupakan motif tertinggi yang mendasari anggota PAC IPNU IPPNU dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official. Hal ini ditunjukkan dari *mean* skor total yakni 213. Sedangkan motif identitas pribadi merupakan motif kedua tertinggi, kemudian motif interaksi sosial yang ketiga dan motif hiburan yang keempat. Secara umum, motif yang mendasari anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official adalah motif untuk mendapatkan informasi seputar keislaman.
2. Secara keseluruhan jumlah skor kepuasan yang diperoleh dari 55 responden anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official adalah sebesar 3219. Dari keempat indikator kepuasan dalam menonton video dakwah, kepuasan informasi

merupakan kepuasan tertinggi yang didapatkan anggota PAC IPNU IPPNU setelah menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official hal ini ditunjukkan dari *mean* skor total yakni 227. Sedangkan kepuasan interaksi sosial merupakan kepuasan kedua tertinggi, kemudian kepuasan hiburan yang ketiga dan kepuasan identitas pribadi yang keempat.

3. Perbandingan uji sampel berpasangan atau *paired sampel test* antara variabel motif (GS) dan variabel kepuasan (GO) secara keseluruhan menunjukkan terdapat kesenjangan (*Gratification Discrepancy*) yang sangat rendah. Karena $t \text{ hitung } 5,694 > t \text{ tabel } 2,672$ maka dikatakan bahwa perbandingan GS dan GO signifikan. Secara keseluruhan motif dalam menonton *channel* Youtube Gus Miftah Official dapat terpuaskan karena perbandingan menunjukkan *mean* skor $GS \ 3,502 < GO \ 3,904$. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti *Channel* Youtube Gus Miftah Official dapat memberikan kepuasan nyata secara signifikan pada penonton di kalangan anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan dengan tingkat kepuasan yang sangat rendah.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa dimensi yang lebih dominan terpenuhi adalah dimensi hiburan, maka peneliti memberikan saran bagi *channel* Youtube Gus Miftah Official untuk lebih meningkatkan lagi

kualitas isi atau materi video dakwah yang diunggah sehingga nantinya tidak hanya dimensi hiburan saja yang dapat terpenuhi melainkan juga tiga dimensi lainnya yakni informasi, identitas pribadi, serta interaksi sosial.

2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa terkait motif dan kepuasan dalam menggunakan media, diharapkan melakukan penelitian yang lebih variatif lagi dengan tidak hanya melakukan penelitian pada satu media melainkan dapat membandingkan satu media dengan media lainnya. Hal ini akan memberikan kemudahan bagi pengguna media untuk memilih media mana yang tepat untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan bermedianya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alyusi, Shiefti Dyah, *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*, ed. 1, cet. 1, Jakarta: Kencana, 2016.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, ed. 1, cet. 4, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Praktikum*, ed. 2, cet. 1, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bajari, Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur Tren Dan Etika*, ed. 1, cet. 1, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Baran, Stanley J, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, ed. 1, cet. 3, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Fiske, John, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Resarch*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fak. Psikologi UGM, 1983.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, cet. 3, Malang: UMM Press, 2010.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2006.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa: Media Budaya Dan Masyarakat*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Morissan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Rahmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Severin, Werner J. dan James W. Tarnkard Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode*

- dan Terapan Dalam Media Massa*, Jakarta : Kencana 2011.
- Silalahi, Ulber, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Refika Aditama, 2010.
- Sinambela, Lijan Poltak, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administratif, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Budaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkap dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, ed. 1, cet. 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Syamsudin, Munawwar, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Wahid, Umaimah, *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Waryono, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Wes, Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R & D*, cet. 21, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, cet. 1, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Jurnal :

- Cahyono, Guntur dan Nibros Hassani, “Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran”, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, vol. 13:1, 2019.
- Gunawan, William, “Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel ‘Kok Bisa’ di YouTube “, *Jurnal E-Komunikasi*, vol 5:2, 2017.
- Handinata, Yohanes, “Motif Subscriber Dalam Menonton KVLOG di Channel Youtube”, *Jurnal E-Komunikasi*, vol. 6:1, 2018.
- Hardyanti, Winda, “Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang”, *Jurnal Sospol*, vol. 3:1, Januari, 2017.
- Hidayatullah, M. Taufiq, “Kesenjangan Motif dan Kepuasan Menonton Channel Youtube “Kok Bisa?” Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”, *JOM Fisip*, vol. 5:2, 2018.

Pradita, Anggi, “Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru”, *JOM Fisip*, vol. 4:2, 2017.

Cahyono, Guntur dan Nibros Hassani, “Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran”, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, Volume 13:1, April, 2019.

Internet :

Clinton, Bill, <http://tekno.kompas.com/read/2019/05/09/16120017/penonton-bulanan-youtube-tembus-angka-2-miliar>, diakses tanggal 6 Februari 2020
<https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/indonesia>, diakses tanggal 6 Februari 2020.

<https://www.youtube.com/gus-miftah-official>, diakses tanggal 6 Februari 2020.

Pratomo, Yudha, <http://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>, diakses tanggal 6 Februari 2020.

<http://www.spssindonesia.com/2017/04/analisis-korelasi-rankspearman.html?m=1>
 diakses pada 30 Maret 2020

<https://ipnusleman.wordpress.com>, diakses pada 16 Maret 2020

Skripsi :

Dewi, Murti Kurnia, *Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Website Media Online Kapanlagi.com (Studi Korelasi Pada Mahasiswa FEB Unuversitas Lampung Angkatan 2012 2015)*, Skripsi, Lampung: Program Studi Ilkom Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2016.

Fadhlurrahman M. Farchan, *Hubungan Motif dengan Kepuasan Penggunaan Youtube terhadap Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Nurussalam*, SKripsi, Yogyakarta: Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Falultas dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2018

Hasil :

Wawancara dengan admin *channel* Youtube Gus Miftah Official pada tanggal 17 Februari 2020.

Wawancara dengan ketua wakil IPNU, Mushodiq Irfansyah pada tanggal 14 Maret 2020.

Wawancara dengan sekertaris IPNNU, Siti Apriliyanti Khodijah pada tanggal 14 Maret 2020.

Observasi saat mengikuti kajian secara langsung pada tanggal 27 Februari 2020.

Observasi saat menonton video dakwah pada tanggal 14 Maret 2020.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum.wr.wb.

Dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saya bermaksud mengumpulkan data guna melengkapi skripsi saya yang berjudul “**Motif dan Kepuasan Menonton Video Dakwah Pada Channel Youtube Gus Miftah Official dikalangan Anggota PAC IPNU IPPNU Kalasan**”. Saya meminta kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden penelitian saya dengan mengisi daftar pernyataan yang telah saya susun dengan sejujur-jujurnya, objektif serta apa adanya.

Bantuan Saudara/i dalam mengisi kuisioner penelitian ini sangat berarti bagi penelitian saya. Untuk itu, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Peneliti

Agus Sanjaya (16210044)

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : L / P

Umur :

Berapa kali Saudara/i menonton video dakwah pada *Channel* Youtube Gus Miftah Official dalam seminggu?

- a. 1 – 2 kali b. 3 – 4 kali c. 5 – 6 kali d. > 7 kali

Berapa lama Saudara/i menonton video dakwah pada *Channel* Youtube Gus Miftah Official dalam sekali menonton?

- a. < 10 Menit b. 10-20 Menit c. 20-30 Menit d. > 30 Menit

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Tabel dibawah ini berisi pernyataan indikator menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official berdasarkan 4 dimensi acuan yakni Informasi, Identitas Pribadi, Interaksi Sosial, dan Hiburan. Responden diminta untuk mengisi nilai skor tiap indikator motif serta kepuasan dengan cara memberi tanda centang (✓) skor angka pada jawaban yang paling sesuai dengan Saudara/i.

Penilaian Variabel (X) Motif

Penilaian Motif ini bertujuan untuk mengetahui tingkat motif yang dimiliki oleh responden dalam menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official.

Keterangan

1 = Sangat Rendah (SR) 2 = Rendah (R) 3 = Sedang (S) 4 = Tinggi (T) 5 = Sangat Tinggi (ST)

NO ITEM	DIMENSI	INDIKATOR	SR	R	S	T	ST
X1.1	X1 Informasi	Saya ingin mencari berita dan peristiwa seputar Agama Islam	1	2	3	4	5
X1.2		Saya ingin mempelajari materi Agama Islam	1	2	3	4	5
X1.3		Saya ingin mendapatkan rasa damai melalui penambahan ilmu Agama Islam	1	2	3	4	5
X1.4		Saya ingin mendapatkan jawaban menyangkut masalah praktis terkait ibadah	1	2	3	4	5
X2.1	X2 Identitas Pribadi	Saya ingin menemukan penunjang nilai-nilai keislaman dalam diri	1	2	3	4	5
X2.2		Saya ingin menemukan model perilaku diri sesuai karakter umat Islam	1	2	3	4	5
X2.3		Saya ingin mencari tahu bagaimana menjadi umat Islam yang lebih baik	1	2	3	4	5
X3.1	X3 Interaksi Sosial	Saya ingin mencari tahu bagaimana menjalin hubungan baik sesama manusia sesuai ajaran Agama Islam	1	2	3	4	5
X3.2		Saya ingin mendapatkan bahan percakapan tentang Agama Islam dengan orang lain	1	2	3	4	5
X3.3		Saya ingin mencari tahu bagaimana menjalankan peran sosial sebagai umat islam yang baik	1	2	3	4	5

X3.4		Saya ingin menjalin hubungan dekat dengan keluarga dan sesama umat muslim	1	2	3	4	5
X4.1	X4 Hiburan	Saya ingin melepaskan diri dari permasalahan kehidupan sehari-hari	1	2	3	4	5
X4.2		Saya ingin menyalurkan emosi	1	2	3	4	5
X4.3		Saya ingin mendapatkan hiburan dan kesenangan	1	2	3	4	5
X4.4		Saya ingin mengisi waktu luang	1	2	3	4	5

Penilaian Variabel (Y) Kepuasan

Penilaian Kepuasan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang didapatkan oleh responden setelah menonton video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Puas (STP) 2 = Tidak Puas (TP) 3 = Cukup Puas (CP) 4 = Puas (P)
5 = Sangat Puas (SP)

NO ITEM	DIMENSI	INDIKATOR	STP	TP	CP	P	SP
Y1.1	Y1 Informasi	Saya mendapatkan berita dan peristiwa seputar Agama Islam	1	2	3	4	5
Y1.2		Saya mampu mempelajari materi Agama Islam	1	2	3	4	5
Y1.3		Saya mendapatkan rasa damai melalui penambahan ilmu Agama Islam	1	2	3	4	5
Y1.4		Saya mendapatkan jawaban menyangkut masalah praktis terkait ibadah	1	2	3	4	5
Y2.1	Y2 Identitas Pribadi	Saya menemukan penunjang nilai-nilai keislaman dalam diri	1	2	3	4	5
Y2.2		Saya menemukan model perilaku diri sesuai karakter umat Islam	1	2	3	4	5
Y2.3		Saya mampu mengetahui bagaimana menjadi umat Islam yang lebih baik	1	2	3	4	5
Y3.1	Y3 Interaksi Sosial	Saya mampu mengetahui bagaimana menjalin hubungan baik sesama manusia sesuai ajaran Agama Islam	1	2	3	4	5
Y3.2		Saya mendapatkan bahan percakapan tentang Agama Islam dengan orang lain	1	2	3	4	5
Y3.3		Saya mampu mengetahui bagaimana menjalankan peran sosial sebagai umat islam yang baik	1	2	3	4	5
Y3.4		Saya mampu menjalin hubungan dekat dengan keluarga dan sesama umat muslim.	1	2	3	4	5
Y4.1		Saya mampu melepaskan diri dari permasalahan kehidupan sehari-hari	1	2	3	4	5

Y4.2	Y4 Hiburan	Saya mampu menyalurkan emosi	1	2	3	4	5
Y4.3		Saya mendapatkan hiburan dan kesenangan	1	2	3	4	5
Y4.4		Saya mengisi waktu luang	1	2	3	4	5

Lampiran 2. Identitas Responden Bayangan

No	Nama Responden	L/P	Umur	Frekuensi	Durasi
1	Faradilla Handayani	P	24	5-6 Kali	10-20 Menit
2	Miftha Amalalia	P	20	3-4 Kali	10-20 Menit
3	Yuliantoro	L	24	3-4 Kali	20-30 Menit
4	Khoni Safitri	P	21	1-2 Kali	<10 Menit
5	Eli Irfa	P	19	3-4 Kali	20-30 Menit
6	M. Hendrianto	L	24	1-2 Kali	<30 Menit
7	Abnani Adibah	P	16	1-2 Kali	10-20 Menit
8	Dwi Luthfi	P	19	3-4 Kali	20-30 Menit
9	Lintang Nirwana	P	17	1-2 Kali	10-20 Menit
10	Halimah	P	23	3-4 Kali	20-30 Menit
11	Siti Kamilah	P	18	1-2 Kali	<10 Menit
12	Irfan Fuadi	L	20	3-4 Kali	20-30 Menit
13	Fathurrahman	L	20	1-2 Kali	10-20 Menit
14	Taufiqurrahman	L	25	3-4 Kali	20-30 Menit
15	Anto Dwi Cahyo	L	17	1-2 Kali	20-30 Menit
16	Laelatul Husna	P	22	1-2 Kali	10-20 Menit
17	Nurul Anisa	P	16	1-2 Kali	10-20 Menit
18	Adi Nugroho	L	19	5-6 Kali	20-30 Menit
19	Lukman Maarif	L	18	1-2 Kali	10-20 Menit
20	Sumanto	L	20	3-4 Kali	20-30 Menit
21	Ahmad Zuhrol	L	25	3-4 Kali	20-30 Menit
22	Shalahudin	L	19	5-6 Kali	<30 Menit
23	Niza Azizah	P	20	1-2 Kali	10-20 Menit
24	Setyana Sari	P	18	1-2 Kali	<10 Menit
25	Ariyanto	L	21	3-4 Kali	20-30 Menit
26	Slamet Wijayanto	L	24	3-4 Kali	20-30 Menit
27	Hanida Indriyani	P	18	1-2 Kali	<10 Menit
28	Nurul Hidayah	P	21	1-2 Kali	10-20 Menit
29	Agung Cahyo S	L	24	3-4 Kali	20-30 Menit
30	Sri Wahyuni	P	23	3-4 Kali	20-30 Menit

Lampiran 3. Data Motif Responden Bayangan

NO	Motif Informasi				Total	Motif Identitas Pribadi			Total	Motif Interaksi Sosial				Total	Motif Hiburan				Total	Total X	Mean X
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4			
1	3	4	4	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	57	3.8
2	4	5	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	63	4.2
3	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	4	4	16	58	3.9
4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	4	4	16	58	3.9
5	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	4	3	17	3	5	4	5	17	68	4.5
6	5	4	5	5	19	4	3	4	11	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	66	4.4
7	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	58	3.9
8	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	60	4.0
9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	4	5	17	59	3.9
10	3	4	3	4	14	4	4	3	11	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	52	3.5
11	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	57	3.8
12	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	5	2	16	5	5	5	5	20	71	4.7
13	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	58	3.9
14	5	5	4	5	19	5	5	4	14	4	5	3	3	15	4	4	4	5	17	65	4.3
15	4	4	3	4	15	4	4	3	11	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	57	3.8
16	4	5	4	5	18	5	5	5	15	4	5	3	5	17	4	3	4	5	16	66	4.4
17	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	2	16	5	5	5	5	20	71	4.7
18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	60	4.0
19	4	5	5	5	19	4	5	4	13	5	4	4	5	18	5	4	3	5	17	67	4.5
20	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	70	4.7
21	4	4	4	5	17	5	4	4	13	3	5	4	2	14	4	3	4	4	15	59	3.9
22	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	5	4	2	14	3	3	4	3	13	56	3.7
23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	4	3	15	57	3.8
24	5	4	5	5	19	5	4	5	14	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	63	4.2
25	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17	58	3.9
26	4	4	5	5	18	5	4	4	13	3	4	5	3	15	4	4	4	4	16	62	4.1
27	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	3	4	5	16	59	3.9
28	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	71	4.7
29	4	5	5	5	19	5	5	4	14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	67	4.5
30	5	5	5	5	20	5	4	4	13	3	5	5	3	16	4	4	4	4	16	65	4.3
Total Skor	127	131	128	136	522	132	128	121	381	117	128	123	98	466	120	118	120	131	489	1858	123.9

Lampiran 4. Data Kepuasan Responden Bayangan

NO	Kepuasan Informasi				Total	Kepuasan Identitas Pribadi			Total	Kepuasan Interaksi Sosial				Total	Kepuasan Hiburan				Total	Total X	Mean X
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4		Y2.1	Y2.2	Y2.3		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4		Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4			
1	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	57	3.8
2	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	60	4.0
3	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	60	4.0
4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	60	4.0
5	5	5	5	5	20	4	5	3	12	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	71	4.7
6	5	4	5	3	17	4	4	4	12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	68	4.5
7	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	60	4.0
8	4	2	4	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	58	3.9
9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	62	4.1
10	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	4	3	4	14	4	4	4	3	15	55	3.7
11	4	3	4	4	15	3	4	4	11	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	56	3.7
12	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	74	4.9
13	4	4	3	4	15	4	3	4	11	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17	58	3.9
14	5	5	4	5	19	3	4	4	11	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	64	4.3
15	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	57	3.8
16	5	5	5	5	20	3	5	4	12	3	5	4	5	17	5	4	4	5	18	67	4.5
17	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	72	4.8
18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	61	4.1
19	5	3	4	5	17	4	4	5	13	4	5	3	3	15	4	3	5	4	16	61	4.1
20	5	4	5	5	19	5	5	4	14	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	68	4.5
21	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	15	5	4	3	5	17	60	4.0
22	4	2	4	4	14	4	4	3	11	3	3	4	3	13	4	4	3	5	16	54	3.6
23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	4	3	14	4	2	4	4	14	56	3.7
24	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	61	4.1
25	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	59	3.9
26	5	4	4	4	17	5	4	4	13	4	4	4	3	15	5	4	3	4	16	61	4.1
27	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	5	4	3	15	4	4	3	4	15	57	3.8
28	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	69	4.6
29	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17	64	4.3
30	5	4	4	4	17	5	4	4	13	4	4	4	5	17	5	4	3	5	17	64	4.3
Total Skor	133	114	128	128	503	123	121	120	364	118	131	120	121	490	131	121	117	128	497	1854	123.6

Lampiran 5. Daftar Pertanyaan Wawancara

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN PAC IPNU IPPNU KALASAN

1. Bagaimana sejarah terbentuknya organisasi PAC IPNU IPPNU Kalasan?
2. Apa tujuan dibentuknya organisasi PAC IPNU IPNU Kalasan?
3. Apa visi dan misi organisasi PAC IPNU IPNU Kalasan?
4. Bagaimana susunan kepengurusan organisasi PAC IPNU IPNU Kalasan?
5. Apa saja program kerja organisasi PAC IPNU IPNU Kalasan?
6. Bagaimana pendapat Saudara/i tentang sosok Gus Miftah?
7. Selain mengikuti kajian dakwah Gus Miftah baik secara langsung maupun melalui tontonan video dakwah pada *channel* Youtube Gus Miftah Official, apa yang biasa Saudara/i lakukan untuk memenuhi kebutuhan seputar keislaman?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN ADMIN CHANNEL YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL

1. Kapan pembuatan *channel* Youtube Gus Miftah Official?
2. Apa tujuan pembuatan *channel* Youtube Gus Miftah Official?
3. Apa strategi yang dilakukan admin untuk mendapatkan banyak penonton?
4. Berapa kali admin mengunggah video dakwah dalam satu minggu?
5. Apa yang dilakukan admin bila ada penonton yang berkomentar maupun bertanya terkait isi dalam video?
6. Kapan *channel* Youtube Gus Miftah Official mendapatkan penghargaan *silver play button*?
7. Apa makna penghargaan *silver play button*?
8. Apa harapan kedepan setelah mendapatkan *silver play button*?

Lampiran 6. Output Validitas Motif (r Hitung) dengan SPSS 23.

Correlations																
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	.549**	.638**	.559**	.633**	.365*	.668**	.170	.598**	.430*	.008	.267	.569**	.534**	.437*	.781**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.001	.000	.047	.000	.370	.000	.018	.968	.154	.001	.002	.016	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2 Pearson Correlation	.549**	1	.491**	.632**	.649**	.819**	.530**	.475**	.414*	.336	.407*	.309	.330	.155	.568**	.842**
Sig. (2-tailed)	.002		.006	.000	.000	.000	.003	.008	.023	.070	.026	.096	.075	.414	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3 Pearson Correlation	.638**	.491**	1	.593**	.569**	.325	.551**	.078	.325	.603**	.274	.520**	.459*	.390*	.295	.773**
Sig. (2-tailed)	.000	.006		.001	.001	.079	.002	.683	.079	.000	.142	.003	.011	.033	.114	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4 Pearson Correlation	.559**	.632**	.593**	1	.678**	.433*	.635**	-.040	.548**	.338	.215	.133	.110	.265	.308	.692**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.000	.017	.000	.835	.002	.068	.254	.485	.562	.156	.098	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.1 Pearson Correlation	.633**	.649**	.569**	.678**	1	.638**	.630**	.023	.505**	.433*	.119	.152	.214	.304	.293	.724**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.905	.004	.017	.532	.422	.257	.102	.117	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	.365*	.819**	.325	.433*	.638**	1	.510**	.523**	.237	.240	.307	.291	.174	.000	.438*	.689**
Sig. (2-tailed)	.047	.000	.079	.017	.000		.004	.003	.207	.202	.098	.119	.358	1.000	.016	.000

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3 Pearson Correlation	.668**	.530**	.551**	.635**	.630**	.510**	1	.102	.402*	.268	-.014	.247	.391*	.370*	.331	.696**
Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002	.000	.000	.004		.593	.028	.153	.940	.189	.033	.044	.074	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.1 Pearson Correlation	.170	.475**	.078	-.040	.023	.523**	.102	1	-.022	.121	.314	.250	.467**	.000	.471**	.453*
Sig. (2-tailed)	.370	.008	.683	.835	.905	.003	.593		.909	.522	.091	.183	.009	1.000	.009	.012
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2 Pearson Correlation	.598**	.414*	.325	.548**	.505**	.237	.402*	-.022	1	.022	-.008	.000	.174	.437*	.223	.500**
Sig. (2-tailed)	.000	.023	.079	.002	.004	.207	.028	.909		.909	.965	1.000	.358	.016	.237	.005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3 Pearson Correlation	.430*	.336	.603**	.338	.433*	.240	.268	.121	.022	1	.011	.250	.311	.250	.083	.501**
Sig. (2-tailed)	.018	.070	.000	.068	.017	.202	.153	.522	.909		.955	.183	.094	.183	.662	.005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4 Pearson Correlation	.008	.407*	.274	.215	.119	.307	-.014	.314	-.008	.011	1	.072	-.083	-.217	.325	.386*
Sig. (2-tailed)	.968	.026	.142	.254	.532	.098	.940	.091	.965	.955		.704	.664	.249	.080	.035
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.1 Pearson Correlation	.267	.309	.520**	.133	.152	.291	.247	.250	.000	.250	.072	1	.390*	.333	.370*	.478**
Sig. (2-tailed)	.154	.096	.003	.485	.422	.119	.189	.183	1.000	.183	.704		.033	.072	.044	.008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.2 Pearson Correlation	.569**	.330	.459*	.110	.214	.174	.391*	.467**	.174	.311	-.083	.390*	1	.520**	.359	.563**

Sig. (2-tailed)	.001	.075	.011	.562	.257	.358	.033	.009	.358	.094	.664	.033		.003	.051	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.3 Pearson Correlation	.534**	.155	.390*	.265	.304	.000	.370*	.000	.437*	.250	-.217	.333	.520**	1	.247	.449*
Sig. (2-tailed)	.002	.414	.033	.156	.102	1.000	.044	1.000	.016	.183	.249	.072	.003		.189	.013
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4.4 Pearson Correlation	.437*	.568**	.295	.308	.293	.438*	.331	.471**	.223	.083	.325	.370*	.359	.247	1	.639**
Sig. (2-tailed)	.016	.001	.114	.098	.117	.016	.074	.009	.237	.662	.080	.044	.051	.189		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Pearson Correlation	.781**	.842**	.773**	.692**	.724**	.689**	.696**	.453*	.500**	.501**	.386*	.478**	.563**	.449*	.639**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.005	.005	.035	.008	.001	.013	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 7. Output Validitas Kepuasan (r Hitung) dengan SPSS 23.

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	TOTAL
Y1.1 Pearson Correlation	1	.503**	.596**	.596**	.417*	.619**	.301	.454*	.471*	.301	.365*	.644**	.263	.259	.464**	.812**
Sig. (2-tailed)		.005	.001	.001	.022	.000	.106	.012	.009	.106	.047	.000	.161	.167	.010	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2 Pearson Correlation	.503**	1	.400*	.400*	.045	.383*	.100	.280	.309	.199	.488**	.505**	.285	.328	.226	.634**
Sig. (2-tailed)	.005		.028	.028	.814	.037	.601	.135	.096	.291	.006	.004	.127	.077	.229	.000

[illegible]

TOTAL	Pearson	.812**	.634**	.756**	.605**	.493**	.719**	.448*	.648**	.630*	.551**	.661**	.710**	.450*	.449*	.439*	1
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.013	.000	.000	.002	.000	.000	.013	.013	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 8. Output Reliabilitas Motif dengan SPSS 23

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	15

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	57.70	23.114	.733	.842
X1.2	57.57	23.357	.812	.841
X1.3	57.67	23.057	.722	.842
X1.4	57.40	23.628	.628	.847
X2.1	57.53	23.913	.674	.846
X2.2	57.67	23.954	.631	.848
X2.3	57.90	23.334	.628	.847
X3.1	58.03	24.930	.354	.861
X3.2	57.67	24.989	.419	.857
X3.3	57.83	24.626	.406	.858
X3.4	58.67	24.299	.198	.888
X4.1	57.93	25.375	.406	.858
X4.2	58.00	24.345	.479	.855
X4.3	57.93	25.513	.375	.859
X4.4	57.57	23.702	.562	.850

Lampiran 9. Output Reliabilitas Kepuasan dengan SPSS 23

Case Processing Summary				Item-Total Statistics				
		N	%		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cases	Valid	30	100.0	Y1.1	57.37	23.895	.745	.859
	Excluded ^a	0	.0	Y1.2	58.00	23.379	.525	.869
	Total	30	100.0	Y1.3	57.53	23.913	.714	.860
				Y1.4	57.53	24.809	.528	.867
				Y2.1	57.70	25.252	.360	.875
				Y2.2	57.77	23.702	.625	.862
				Y2.3	57.80	26.166	.311	.876
				Y3.1	57.87	24.189	.574	.865
				Y3.2	57.43	23.909	.588	.864
				Y3.3	57.80	25.407	.481	.870
				Y3.4	57.77	23.495	.598	.864
				Y4.1	57.43	23.978	.649	.862
				Y4.2	57.77	24.392	.451	.872
				Y4.3	57.90	24.921	.417	.873
				Y4.4	57.53	25.361	.417	.872

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	15

Lampiran 10. Identitas Responden Sebenarnya

No.	Nama	L/P	Umur	Frekuensi	Durasi
1	Romadhon Abdul Aziz	L	26	1-2 Kali	20-30 Menit
2	Mushodiq Irfansyah	L	22	3-4 Kali	20-30 Menit
3	Fariz Azhami	L	20	1-2 Kali	20-30 Menit
4	Yaya Agesta	L	19	3-4 Kali	10-20 Menit
5	Tegas Setyo	L	21	5-6 Kali	20-30 Menit
6	Ahmad Zainuri	L	22	1-2 Kali	10-20 Menit
7	M. Rafi Nabil	L	18	3-4 Kali	20-30 Menit
8	Rifki Wicaksono	L	23	3-4 Kali	>30 Menit
9	Nawal A.M	L	19	1-2 Kali	10-20 Menit
10	Hanif Maulana	L	19	1-2 Kali	10-20 Menit
11	M. Iqbal	L	20	3-4 Kali	20-30 Menit
12	Ahmad Kurniawan	L	21	3-4 Kali	20-30 Menit
13	Arif Budi S	L	19	1-2 Kali	<10 Menit
14	Bagas Ilham	L	19	5-6 Kali	> 30 Menit
15	Adam Ridho	L	18	1-2 Kali	10-20 Menit
16	M. Nur Sholihin	L	21	3-4 Kali	20-30 Menit
17	Supardiyono	L	20	1-2 Kali	< 10 Menit
18	Ahmad Suprihatin	L	21	3-4 Kali	20-30 Menit
19	Setyo Aji	L	21	1-2 Kali	10-20 Menit
20	Sigit Yudha	L	19	1-2 Kali	<10 Menit
21	M. Nazal	L	18	1-2 Kali	10-20 Menit
22	Naila Lu'luatul M	P	21	1-2 Kali	<10 Menit
23	Nurul Latifatun H	P	20	3-4 Kali	20-30 Menit
24	Siti Apriliyanti K	P	21	3-4 Kali	20-30 Menit
25	Fera Naylul Muna	P	19	3-4 Kali	20-30 Menit
26	Mutia Husnun Nursihha	P	18	3-4 Kali	10-20 Menit
27	Annisa Wahyu K	P	18	1-2 Kali	10-20 Menit
28	Nita Sri Istiqomah	P	19	1-2 Kali	<10 Menit
29	Inayah Maysaroh	P	19	3-4 Kali	10-20 Menit
30	Nur Mukti Rahayu	P	21	3-4 Kali	10-20 Menit
31	Indah Sari	P	18	1-2 Kali	<10 Menit
32	Rutbatul	P	19	1-2 Kali	<10 Menit
33	Siti Nurhidayah	P	20	3-4 Kali	10-20 Menit

34	Siti Aisyah	P	20	1-2 Kali	10-20 Menit
35	Nur Laila	P	15	3-4 Kali	10-20 Menit
36	Hiffi Humaida	P	20	1-2 Kali	10-20 Menit
37	Salma Miftahul N	P	17	1-2 Kali	<10 Menit
38	Dwi Anni Khoirun N	P	19	1-2 Kali	<10 Menit
39	Nur Chasanah	P	20	1-2 Kali	<10 Menit
40	Siti Nur Jannah	P	20	3-4 Kali	10-20 Menit
41	Fitri Rosyida	P	21	3-4 Kali	10-20 Menit
42	Syauqiyah	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
43	Afifah Royani	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
44	Riswanda	P	21	3-4 Kali	20-30 Menit
45	Nur Aini	P	20	1-2 Kali	10-20 Menit
46	Raudhatun Nadhiroh	P	15	1-2 Kali	<10 Menit
47	Septi Indah	P	19	1-2 Kali	<10 Menit
48	Erwinda Sukma	P	18	3-4 Kali	10-20 Menit
49	Alya Taufiqurrahmah	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
50	Aulia Chanah Q	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
51	Halimah Nur Husna	P	20	1-2 Kali	<10 Menit
52	Fikhrotu Abittah	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
53	Ruqayah	P	19	1-2 Kali	10-20 Menit
54	Aisca Arofah	P	17	1-2 Kali	10-20 Menit
55	Chalimatus Sya'diyah	P	20	3-4 Kali	<10 Menit

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Lampiran 11. Data Motif Responden Sebenarnya

No.	Motif Informasi				Total	Motif Identitas Pribadi			Total	Motif Interaksi Sosial				Total	Motif Hiburan				Total	Total X	Mean X
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4			
1	4	4	3	4	15	3	2	4	9	2	2	2	4	10	3	3	3	4	13	47	3.1
2	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	2	3	4	13	56	3.7
3	4	5	4	4	17	4	4	3	11	3	2	4	2	11	4	4	4	4	16	55	3.7
4	3	4	4	2	13	2	4	4	10	4	4	2	4	14	3	4	3	2	12	49	3.3
5	4	3	3	4	14	4	3	2	9	4	4	2	2	12	4	3	4	4	15	50	3.3
6	4	3	3	4	14	3	4	4	11	3	3	3	4	13	3	4	2	5	14	52	3.5
7	4	4	2	4	14	3	2	4	9	2	2	3	3	10	2	4	4	2	12	45	3.0
8	5	4	4	4	17	3	3	4	10	4	3	4	4	15	4	3	3	3	13	55	3.7
9	5	4	4	5	18	4	3	4	11	3	4	5	3	15	4	2	3	4	13	57	3.8
10	4	4	3	4	15	2	4	4	10	2	2	5	3	12	4	2	3	3	12	49	3.3
11	4	4	3	4	15	4	4	2	10	4	4	2	5	15	3	4	4	3	14	54	3.6
12	4	2	2	4	12	3	3	4	10	3	3	5	3	14	4	2	4	2	12	48	3.2
13	4	4	3	4	15	3	3	3	9	3	4	3	4	14	4	4	3	4	15	53	3.5
14	3	4	4	3	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	54	3.6
15	3	4	4	2	13	4	4	4	12	4	2	4	4	14	3	4	2	2	11	50	3.3
16	5	3	4	4	16	3	3	3	9	4	2	4	2	12	2	2	2	2	8	45	3.0
17	4	3	2	4	13	2	4	3	9	3	4	3	4	14	2	3	4	3	12	48	3.2
18	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	2	3	4	13	4	3	3	3	13	53	3.5
19	5	4	3	2	14	3	4	4	11	2	2	4	3	11	2	3	2	2	9	45	3.0
20	4	4	2	4	14	4	4	4	12	4	2	4	2	12	4	4	2	4	14	52	3.5
21	5	5	4	4	18	3	3	2	8	3	4	3	4	14	4	2	2	4	12	52	3.5
22	3	4	3	4	14	5	4	4	13	4	4	4	3	15	3	4	2	3	12	54	3.6
23	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	2	4	4	14	4	4	2	2	12	50	3.3
24	5	4	3	4	16	2	3	4	9	4	2	4	3	13	4	3	2	1	10	48	3.2
25	3	3	2	4	12	4	5	4	13	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	51	3.4
26	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	2	4	2	12	2	4	2	2	10	51	3.4
27	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	2	3	3	12	2	4	1	2	9	48	3.2
28	4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	3	4	4	15	4	3	2	2	11	56	3.7
29	3	4	4	5	16	4	3	4	11	3	2	4	2	11	4	3	2	2	11	49	3.3
30	4	2	4	4	14	5	4	4	13	4	4	5	2	15	4	4	2	2	12	54	3.6
31	3	4	3	3	13	3	4	4	11	4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	51	3.4
32	5	3	5	4	17	3	4	5	12	4	3	3	3	13	4	2	3	3	12	54	3.6
33	4	5	4	3	16	4	5	4	13	3	4	4	2	13	4	3	2	4	13	55	3.7
34	4	4	4	5	17	4	5	4	13	3	4	4	2	13	3	3	2	3	11	54	3.6
35	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	2	3	13	55	3.7

36	4	5	4	4	17	4	4	3	11	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	55	3.7
37	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	54	3.6
38	4	5	5	5	19	4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	3	2	4	13	58	3.9
39	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14	57	3.8
40	3	5	2	3	13	3	5	4	12	3	5	3	5	16	4	2	4	4	14	55	3.7
41	5	4	4	5	18	3	4	4	11	4	3	4	3	14	4	2	4	3	13	56	3.7
42	5	3	5	3	16	5	3	4	12	3	4	3	3	13	4	3	2	4	13	54	3.6
43	5	5	3	5	18	4	3	4	11	2	4	3	4	13	3	4	3	3	13	55	3.7
44	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	4	16	3	3	2	4	12	54	3.6
45	5	5	4	4	18	4	4	3	11	3	4	2	2	11	3	2	3	2	10	50	3.3
46	4	5	4	4	17	4	4	4	12	2	4	4	3	13	4	3	3	3	13	55	3.7
47	4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	4	4	4	14	4	3	3	4	14	56	3.7
48	4	5	4	5	18	5	4	4	13	3	3	4	4	14	3	3	2	3	11	56	3.7
49	5	4	4	4	17	4	3	3	10	3	4	4	5	16	3	3	2	3	11	54	3.6
50	3	4	4	4	15	4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	57	3.8
51	5	4	4	3	16	4	4	3	11	3	4	2	3	12	4	4	3	4	15	54	3.6
52	4	4	4	4	16	2	4	4	10	4	4	2	2	12	3	3	3	2	11	49	3.3
53	4	4	3	3	14	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	54	3.6
54	4	4	4	4	16	3	4	3	10	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13	54	3.6
55	3	5	4	5	17	3	4	3	10	2	4	4	3	13	4	2	2	3	11	51	3.4
Total Skor	221	220	198	213	852	199	209	204	612	182	183	196	177	738	191	173	153	170	687	2889	192.6

Lampiran 12. Data Kepuasan Responden Sebenarnya

No.	Kepuasan Informasi				Total	Kepuasan Identitas Pribadi			Total	Kepuasan Interaksi Sosial				Total	Kepuasan Hiburan				Total	Total Y	Mean Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4		Y2.1	Y2.2	Y2.3		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4		Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4			
1	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	58	3.9
2	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	4	4	4	15	60	4.0
3	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	58	3.9
4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	58	3.9
5	5	5	5	5	20	5	4	3	12	5	4	5	5	19	5	5	3	5	18	69	4.6
6	5	4	4	3	16	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	67	4.5
7	4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	59	3.9
8	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14	58	3.9
9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	4	2	4	14	59	3.9
10	3	3	4	4	14	4	4	3	11	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	54	3.6
11	4	4	3	4	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	55	3.7
12	4	5	4	5	18	4	3	5	12	5	3	5	3	16	5	5	2	5	17	63	4.2
13	4	3	4	4	15	3	4	4	11	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17	58	3.9
14	5	4	4	5	18	4	3	4	11	4	4	5	4	17	4	5	3	5	17	63	4.2
15	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	57	3.8

16	5	5	4	5	19	5	3	4	12	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20	68	4.5
17	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	2	4	16	70	4.7
18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	60	4.0
19	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	3	5	3	15	4	5	5	3	17	63	4.2
20	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	70	4.7
21	4	5	4	5	18	4	4	4	12	3	4	4	2	13	4	3	5	4	16	59	3.9
22	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	4	4	2	13	3	3	5	3	14	56	3.7
23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	2	14	4	4	4	3	15	57	3.8
24	5	5	5	5	20	4	4	5	13	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	63	4.2
25	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17	58	3.9
26	4	5	5	5	19	4	4	4	12	3	4	5	3	15	4	4	4	4	16	62	4.1
27	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	3	4	5	16	59	3.9
28	5	5	5	5	20	4	5	4	13	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	71	4.7
29	4	5	5	5	19	4	5	4	13	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	67	4.5
30	5	5	5	5	20	4	5	4	13	3	4	5	3	15	4	4	5	4	17	65	4.3
31	5	5	5	5	20	5	4	4	13	3	4	5	4	16	4	4	5	4	17	66	4.4
32	3	4	4	4	15	2	3	4	9	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	52	3.5
33	4	4	5	5	18	4	3	4	11	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	54	3.6
34	4	5	3	4	16	3	2	4	9	4	4	3	3	14	2	3	5	2	12	51	3.4
35	4	5	5	3	17	2	2	2	6	4	4	2	4	14	4	4	3	4	15	52	3.5
36	5	5	5	5	20	5	4	5	14	4	5	4	5	18	3	3	5	5	16	68	4.5
37	5	4	4	5	18	3	3	4	10	5	5	4	4	18	4	4	3	4	15	61	4.1
38	4	5	3	3	15	4	2	3	9	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	52	3.5
39	4	2	4	4	14	3	3	2	8	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	52	3.5
40	5	4	4	5	18	3	2	4	9	3	5	4	5	17	4	5	4	5	18	62	4.1
41	4	3	3	4	14	4	3	4	11	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14	54	3.6
42	5	4	4	5	18	3	2	4	9	3	3	4	3	13	3	3	2	3	11	51	3.4
43	5	3	5	5	18	5	2	5	12	3	5	3	5	16	5	5	3	5	18	64	4.3
44	4	3	3	5	15	3	4	3	10	3	4	4	4	15	3	4	3	5	15	55	3.7
45	4	2	2	4	12	4	2	4	10	3	4	5	4	16	4	4	2	4	14	52	3.5
46	3	5	3	4	15	4	3	4	11	2	3	4	4	13	3	3	3	3	12	51	3.4
47	4	4	4	4	16	3	2	4	9	3	3	3	4	13	4	3	2	3	12	50	3.3
48	4	2	4	4	14	4	2	4	8	4	4	2	5	15	4	4	4	4	16	53	3.5
49	5	2	4	4	15	3	2	4	9	4	4	3	4	15	4	4	2	2	12	51	3.4
50	3	3	3	4	13	3	3	4	10	4	3	3	5	15	3	4	4	4	15	53	3.5
51	5	3	4	3	15	2	4	4	10	4	3	4	3	14	2	4	4	2	12	51	3.4
52	3	3	4	3	13	4	4	3	11	2	5	4	5	16	5	5	3	4	17	57	3.8
53	4	3	4	4	15	3	3	4	10	2	4	4	4	14	4	5	4	2	15	54	3.6
54	4	4	4	3	15	4	3	3	10	2	4	2	2	10	4	4	3	4	15	50	3.3
55	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	5	4	4	17	58	3.9
Total Skor	231	217	224	236	908	211	191	214	616	199	218	221	214	852	213	222	196	212	843	3219	214.6

Lampiran 13. Hasil Uji *Paired Sampel Test* Tiap Item Dimensi Variabel dengan SPSS 23

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Motif Informasi	3.891	55	.4398	.0593
Kepuasan Informasi	4.147	55	.5206	.0702
Pair 2 Motif Identitas Pribadi	3.755	55	.3484	.0470
Kepuasan Identitas Pribadi	3.840	55	.5083	.0685
Pair 3 Motif Interaksi Sosial	3.376	55	.3805	.0513
Kepuasan Interaksi Sosial	3.893	55	.5073	.0684
Pair 4 Motif Hiburan	3.149	55	.4290	.0578
Kepuasan Hiburan	3.853	55	.4826	.0651

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Motif Informasi & Kepuasan Informasi	55	.762	.000
Pair 2 Motif Identitas Pribadi & Kepuasan Identitas Pribadi	55	.635	.000
Pair 3 Motif Interaksi Sosial & Kepuasan Interaksi Sosial	55	.779	.000
Pair 4 Motif Hiburan & Kepuasan Hiburan	55	.792	.000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Motif Informasi - Kepuasan Informasi	-.2564	.7644	.1031	-.4630	-.0497	2.487	54	.016
Pair 2 Motif Identitas Pribadi - Kepuasan Identitas Pribadi	-.0855	.7059	.0952	-.2763	.1054	.898	54	.043
Pair 3 Motif Interaksi Sosial - Kepuasan Interaksi Sosial	-.5164	.6368	.0859	-.6885	-.3442	6.014	54	.000
Pair 4 Motif Hiburan - Kepuasan Hiburan	-.7036	.7045	.0950	-.8941	-.5132	7.407	54	.000

Lampiran 13. Hasil Uji *Paired Sampel Test* Variabel Motif dan Kepuasan Secara Keseluruhan dengan SPSS 23

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 GS	3.502	55	.2240	.0302
GO	3.904	55	.3972	.0536

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 GS & GO	55	.841	.005

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 GS - GO	-.4018	.5233	.0706	-.5433	-.2603	5.694	54	.000



NAMA : Agus Sanjaya
 NIM : 16210044
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Jurusan/Program Studi : KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam)
 Batas Akhir Studi : 31 Agustus 2023
 Alamat : Desa Karangdowo, kec.Margasari, Kab. Tegal Jawa Tengah

No.	Hari, Tanggal Seminar	Nama & NIM Penyaji	Status	Td. Tangan Ketua_Sidang
1	Selasa, 3 Desember 2019	Heru Patria / 16210015	Peserta	
2	Senin, 16 Desember 2019	Tondy AG Nasution / 15210086	Peserta	
3	Senin, 23 Desember 2019	Mira Ayu M / 16210025	Peserta	
4	Senin, 30 Desember 2019	M. Hasan Asadi / 16210068	Peserta	
5	Kamis, 30 Januari 2020	Agus Sanjaya / 16210044	Penyaji	
6	Jumat, 31 Januari 2020	Ira Sapira / 16210029	Pembahas	

Yogyakarta, 29 November 2019

Ketua Program Studi,

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
 NIP 19680103 199503 1 091

Keterangan:

Kartu ini berlaku selama dua (2) semester dan menjadi salah satu syarat pendaftaran munagasyah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA



NAMA : Agus Sanjaya
NIM : 16210044
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Program Studi : KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam)
Pembimbing I : Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
Pembimbing II : -
Judul : MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO DAKWAH PADA CHANNEL
YOUTUBE GUS MIFTAH OFFICIAL DIKALANGAN ANGGOTA PAC IPNU IPPNU
KALASAN

No.	Tanggal	Konsultasi Ke:	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1.	20/2020 01	1	acc proposal	
2.	19/2020 02	2	Ganti judul	
3.	25/2020 02	3	Revisi Bab I & II	
4.	27/2020 02	4	Acc kesesioneo	
5.	14/2020 03	5	Bab III Gambaran Umum	
6.	21/2020 03	6	Bab IV pembahasan	
7.	16/2020 04	7	Revisi bab III & IV	
8.	19/2020 04	8	Koreksi Bab I - V	
9.	1/2020 5	9	acc Munasory	

Yogyakarta,

Pembimbing,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.

NIP 19680501 199303 1 006

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

IJAZAH

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas

Negeri 1 Balapulang menerangkan bahwa:

nama : AGUS SANJAYA

tempat dan tanggal lahir : Tegal, 3 November 1996

nama orang tua/wali : Marjuki

nomor induk siswa : 12-11277

nomor induk siswa nasional : 9962916539

nomor peserta ujian nasional : 3-15-03-35-001-002-7

sekolah asal : SMA Negeri 1 Balapulang

LULUS

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN BAKHTIYAR
YOGYAKARTA



Tegal, 15 Mei 2015

Kepala Sekolah,

Ahmad S. Pa

NIP. 196408281988031006

DN-03 Ma 0055377

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

Nama : AGUS SANJAYA
 Tempat dan Tanggal Lahir : Tegal, 3 November 1996
 Nomor Induk Siswa : 12-11277
 Nomor Induk Siswa Nasional : 9962916539

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-rata Rapor	Nilai Ujian Sekolah	Nilai Sekolah
1.	Pendidikan Agama	85,0	82,0	84,1
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	87,7	90,0	88,4
3.	Bahasa Indonesia	86,3	86,0	86,2
4.	Bahasa Inggris	83,7	82,0	83,2
5.	Matematika	81,0	85,0	82,2
6.	Fisika	88,3	90,0	88,8
7.	Kimia	80,7	85,0	82,0
8.	Biologi	82,3	87,5	83,9
9.	Sejarah	84,3	78,0	82,4
10.	Seni Budaya	89,7	90,0	89,8
11.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	87,0	78,0	84,3
12.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	82,7	92,0	85,5
13.	Keterampilan: Bahasa Jerman	88,0	86,0	87,4
14.	Muatan Lokal			
	a. Bahasa Jawa	79,7	80,0	79,8
	b.			
	c.			
Rata-rata				84,8

Tegal, 15 Mei 2015

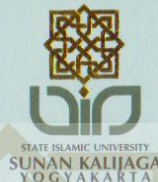
Kepala Sekolah,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Ahmad S. Pd

NIP. 196408281988031006

Nomor : B-1686/Un.02/DD/PM.03.2/08/2016



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

Sertifikat

diberikan kepada

Nama : **AGUS SANJAYA**
NIM : 16210044
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

dalam kegiatan

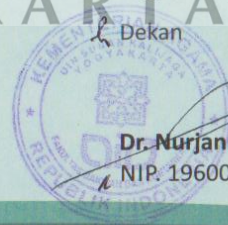
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Akademik 2016/2017

dan telah mengikuti seluruh kegiatan yang berlangsung mulai tanggal 22 s.d. 24 Agustus 2016 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 24 Agustus 2016

Dekan



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-835.1/Un.02/DD/PP.01.2/04/2017

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

AGUS SANJAYA

NIM: 16210044

LULUS dengan Nilai 96 (A)

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

Dekan



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310-198703 2 001

Yogyakarta, 13 April 2017
Ketua Panitia

Dr. Abdur Rozaki, M.Si

NIP. 19750701 200501 1 007



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data

SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/0.21.4.258/2017

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Agus Sanjaya
NIM : 16210044
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	73	B
2.	Microsoft Excel	58	C
3.	Microsoft Power Point	73	B
4.	Internet	96	A
5.	Total Nilai	75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



Yogyakarta, 19 Mei 2017

Reza Hidayat, S.Kom

NIP. 19790506 200604 1 003

Standar Nilai:

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





شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.4.1/2020

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Agus Sanjaya :

تاريخ الميلاد : ٣ نوفمبر ١٩٩٦

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٤ يناير ٢٠٢٠، وحصل على
درجة :

٥١	فهم المسموع
٤١	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٥	فهم المقروء
٣٩٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

جوكجاكرتا، ١٤ يناير ٢٠٢٠

مدير



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

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥





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

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.5.40/2020

This is to certify that:

Name : **Agus Sanjaya**
Date of Birth : **November 03, 1996**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **January 17, 2020** by Center for Language Development of State
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	37
Reading Comprehension	44
Total Score	410

Validity: 2 years since the certificate's issued



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





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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-4683.14/UN/L3/PM.3.2/P3.710/09/2019

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

Nama : Agus Sanjaya
Tempat, dan Tanggal Lahir : Tegal, 03 November 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 16210044
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2018/2019 (Angkatan ke-99), di:

Lokasi : -
Kecamatan : Patuk
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 01 Juli s.d. 29 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,81 (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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 26 September 2019
Ketua
Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. 19720912 200112 1 002



CURRICULUM VITAE

A. Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Agus Sanjaya
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 03 November 1996
Alamat Asal : Jalan Bougenvile 23 RT 06 RW 07
Desa Karangdawa, Kec. Margasari,
Kab. Tegal, Jawa Tengah
Alamat Tinggal : Pondok Pesantren Ora Aji, Dsn. Tundan, Desa
Purwomartani,
Kec. Kalasan, Kab. Sleman, DI Yogyakarta.
Email : magus.sanjay@gmail.com
No. Hp : 082328642248



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

2003 – 2009 : SDN 02 Karangdawa
2009 – 2012 : SMPN 1 Margasari
2012 – 2015 : SMAN 1 Balapulang
2016 – 2020 : UIN Sunan Kalijaga

C. Pendidikan Non-Formal

2008 – 2011 : TKA-TPA Al-Futuhiyah Karangdawa
2016 – Sekarang : Pondok Pesantren Ora Aji Yogyakarta