

**MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM
MENGAKSES AKUN INSTAGRAM DOMPET DHUAFA**

(@dompet_dhuafa)



SKRIPSI

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

Oleh:

**Heru Angga Setiawan
NIM 13210052**

Pembimbing:

**Dr. Khadiq, S.Ag. M.Hum.
NIP 19700125 199903 1 001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



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-213/Un.02/DD/PP.00.9/03/2018

Tugas Akhir dengan judul : MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM
MENAKSES AKUN INSTAGRAM DOMPET DHUAFA
(@dompet_dhuafa)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HERU ANGGA SETIAWAN
Nomor Induk Mahasiswa : 13210052
Telah diujikan pada : Selasa, 27 Februari 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

Penguji I

Dra. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002

Penguji II

Saptoni, S.Ag., M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 27 Februari 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Dr. Sugunnah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jalan Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856 fax. (0274)
552230 Yogyakarta 55281 Email: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Heru Angga Setiawan
NIM : 13210052
Judul Skripsi : Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa

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 Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 20 Februari 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan KPI

Dosen Pembimbing



Dr. Abdul Rozak, M. Pd
NIP 1967006 199403 1 003

Dr. Khadiq. S. Ag. M. Hum
NIP 19700125 199903 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heru Angga Setiawan
NIM : 13210052
Tempat, Tanggal Lahir : Toboali, 21 Agustus 1995
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh, bahwa skripsi saya yang berjudul : **Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompok Dhuafa** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang diambil penyusun sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, 19 februari 2018

Yang membuat pernyataan,



Heru Angga Setiawan
NIM. 13210052

HALAMAN PERSEMBAHAN:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Keluarga Tercinta Ibu Haryani, Bapak Singkir dan Abangku Hary Saputra beserta keluarga kecilnya yang selalu memberi semangat dan mendoakan penulis sampai saat ini.
- Teman-teman Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- Dosen dan staff Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

Punya mimpi itu bagus

Mau sukses itu harus

Tapi, ketika berjalan kesana

Berpegang teguhlah pada value

-Jouska Indonesia-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat kepada kita semua. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW semoga kita mendapat *syafa'at* beliau pada hari akhir kelak. Atas rahmat Allah yang maha kuasa peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)* dengan baik dan lancar. Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan setulus hati peneliti mengungkapkan terimakasih kepada :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Dr. Nurjanah, M.Si.
3. Drs. Abdul Rozak, M.Pd selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dra. Anisah Indriati. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Nanang Mizwar Hasyim S.Sos., M.Si., Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si., beserta seluruh dosen dan staff Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah tulus dan ikhlas mengajarkan, memberikan ilmu dan melayani selama kuliah.
7. Orang tua, dan keluarga besar saya yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Sahabat-sahabatku yang telah menemaniku selama ini, teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013, UKM JCM Kineklub.

9. Segenap pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini Ronggo, Hajidah, Heni, Rahma, Virgi. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas segala bantuan tersebut.

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

Yogyakarta, 19 Februari 2018

Hormat saya

Heru Angga Setiawan

NIM. 13210052



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Heru Angga Setiawan, NIM 13210052. Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa. Skripsi. Yogyakarta: Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dalam mengakses akun instagram Dompot Dhuafa, serta untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel motif dan kepuasan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan definisi konsep berupa motif dan kepuasan pengguna media.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proportional stratified random sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Chi Square*, kemudian diuji keeratan korelasinya menggunakan analisis korelasi koefisien kontingensi.

Hasil analisis dengan menggunakan *SPSS 15 for windows* menunjukkan bahwa motif mengakses akun instagram Dompot Dhuafa tergolong pada tingkatan rendah. Dan tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengakses akun instagram Dompot Dhuafa pada tingkatan sedang.

Dari hasil analisis menggunakan rumus chi kuadrat atau *chi-square* dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara motif mahasiswa dalam mengakses akun instagram Dompot Dhufa dengan kepuasan setelah mengakses akun tersebut, yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata Kunci : Motif, Kepuasan, *Uses and Gratification*, Dompot Dhuafa, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	xv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Teori.....	10
1. Teori Uses and Gratification.....	10
2. Hubungan Motif dan Kepuasan.....	17

G. Hipotesis	20
H. Sistematika Penulisan	21

BAB II: METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian	23
2. Variabel Penelitian	23
3. Populasi dan Sampel	24
4. Definisi Operasional.....	27
5. Metode Pengumpulan Data	29
6. Metode Analisis Data	36

BAB III: GAMBARAN UMUM

A. Instagram	39
B. Profil Akun Instagram Dompot Dhuafa	41
C. Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi	46

BAB IV: HUBUNGAN MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM MENGAKSES AKUN INSTAGRAM DOMPET DHUAFA

A. Deskripsi Data Penelitian	50
1. Variabel Motif Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa	52

2. Variabel Kepuasan Setelah Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa	60
B. Hubungan Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa	69

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Populasi	24
Tabel 2 Angket yang disusun.....	29
Tabel 3 Uji Validitas Variabel Motif	33
Tabel 4 Uji Validitas Variabel Penggunaan Media.....	34
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Kepuasan	34
Tabel 6 Skor Kategori Jawaban Pernyataan Favourable	37
Tabel 7 Skor Kategori Jawaban Pernyataan Unfavourable.....	37
Tabel 8 Jumlah Populasi	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jurusan.....	51
Tabel 4.3 Frekuensi Indikator Motif Mencari Berita Tentang Peristiwa dan Kondisi Yang Berlaku Dengan Lingkungan Terdekat, Masyarakat dan Dunia	55
Tabel 4.4 Frekuensi indikator motif mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan	54
Tabel 4.5 Frekuensi indikator motif memuaskan Rasa Ingin Tahu dan Minat Umum	55
Tabel 4.6 Frekuensi indikator motif Belajar, Pendidikan Diri Sendiri	57

Tabel 4.7 Frekuensi indikator motif Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan.....	58
Tabel 4.8 Frekuensi Motif Mengakses Akun Instagram Secara Keseluruhan.....	59
Tabel 4.9 Frekuensi Indikator Kepuasan Mencari Berita Tentang Peristiwa dan Kondisi Yang Berlaku Dengan Lingkungan Terdekat, Masyarakat dan Dunia.....	61
Tabel 4.10 Frekuensi indikator kepuasan mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.....	63
Tabel 4.11 Frekuensi indikator kepuasan memuaskan Rasa Ingin Tahu dan Minat Umum.....	64
Tabel 4.12 Frekuensi indikator kepuasan Belajar, Pendidikan Diri Sendiri	65
Tabel 4.13 Frekuensi indikator kepuasan Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan.....	67
Tabel 4.14 Frekuensi Kepuasan Setelah Mengakses Akun Instagram Secara Keseluruhan.....	68
Tabel 4.15 Chi Kuadrat atau <i>Chi-Square</i>	72

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 1 Profil Akun Instagram Dompot Dhuafa	1
Gambar 2 Postingan Akun Instagram Dompot Dhuafa.....	2
Gambar 3 Logika Teori <i>Uses and Gratification</i>	12
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 5 Hubungan Motif Pengguna Media , Penggunaan Media (<i>media uses</i>) dan Kepuasan Pengguna Media	24
Gambar 6 Logo Dompot Dhuafa.....	42

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

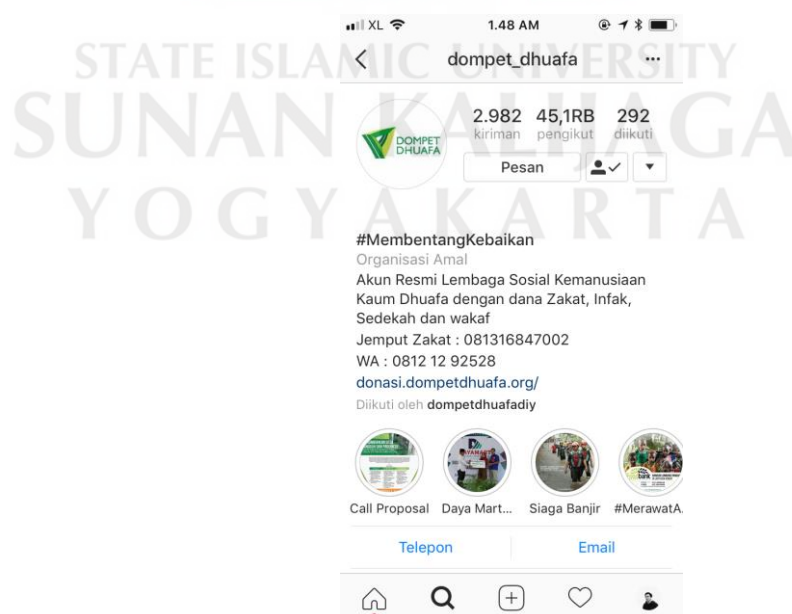
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

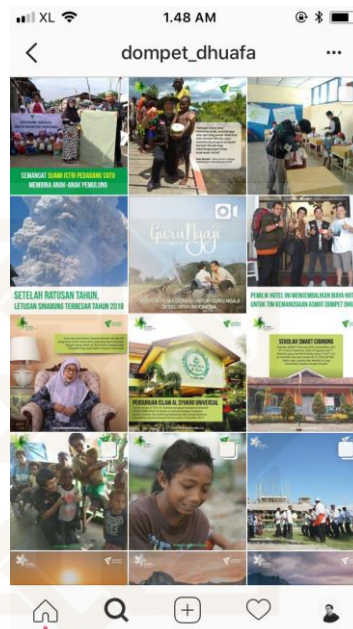
Berawal dari peneliti melihat teman – teman satu fakultas dalam menggunakan media sosial yaitu Instagram dan melihat berbagai jenis akun Instagram yang mereka lihat dan ikuti, peneliti pun ikut tertarik apa dan bagaimana akun – akun media sosial tersebut. Setelah menelusuri lebih jauh peneliti tertarik pada salah satu akun badan amal zakat yaitu Dompot Dhuafa. Akun Instagram Dompot Dhuafa juga cukup familiar dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, setiap mahasiswa yang peneliti tanyai tentang akun Dompot Dhuafa secara spontan mereka mengetahui tentang akun tersebut.

Gambar 1

Profil Akun Instagram Dompot Dhuafa.



Gambar 2
Postingan Akun Instagram Dompot Dhuafa



Banyaknya akun badan amal yang dilihat di Instagram membuat khalayak menjadi aktif dan selektif dalam memilih. Setiap individu memiliki motif dan tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Kebutuhan yang berbeda diasosiasikan dengan kepribadian seseorang, tahapan-tahap kedewasaannya, latar belakang, dan peran sosialnya. Timbulnya *Uses and Gratifications Theory*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Menurut teori ini penggunaan media memerankan peran aktif dalam mengkonsumsi media berdasarkan motif-motif tertentu, bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (selectivity).¹ Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan

¹ Rachmat Kyiantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) hal. 65

media pada diri orang. Orang memilih saluran komunikasi dan pesan-pesan yang paling dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Pada pendekatan ini khalyak tidak lagi dipandang pasif, melainkan harapan-harapan dan kebutuhan-kebutuhan.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil *kamera kodak Instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.² Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi *iOS 7.0* atau yang terbaru, telepon genggam *Android* apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (*Froyo*) ke atas, dan *Windows Phone 8*. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.³

Salah satu pengguna jejaring sosial Instagram yaitu Rumah Zakat Dompot Dhuafa yang juga menggunakan Instagram sebagai media untuk memberikan pelayanan informasi tentang visi & misi mereka di kehidupan masyarakat.

Dompot Dhuafa adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 11 April 2017

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 24 April 2017

dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga). Kelahirannya berawal dari empati kolektif komunitas jurnalis yang banyak berinteraksi dengan masyarakat miskin, sekaligus kerap jumpa dengan kaum kaya. Digagaslah manajemen galang kebersamaan dengan siapapun yang peduli kepada nasib dhuafa.⁴ Zakat, infaq, shadaqah, wakaf (ZISWAF) adalah ibadah yang memiliki dua dimensi, yaitu merupakan ibadah sebagai bentuk ketaatan kepada Allah (vertikal) dan sebagai kewajiban berhubungan baik terhadap sesama manusia (horizontal). Zakat, infaq, shadaqah, wakaf merupakan salah satu ciri dari sistem ekonomi Islam, karena implementasi azas keadilan dalam sistem ekonomi Islam.

Membahas tentang media sosial Instagram, berkaitan dengan motif dan kepuasan pengguna pada akun instagram badan amal zakat Dompot Dhuafa. Seperti yang kita ketahui informasi-informasi yang diberikan akun instagram badan amal zakat pada umumnya biasa-biasa saja. Kebanyakan hanya menyajikan berita-berita atau informasi yang kurang muatan informasi seputaran zakat dan pengelolaannya.

Peneliti memfokuskan pada populasi dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2013 sampai dengan 2016 yang telah menggunakan Instagram, pemilihan mahasiswa ini karena sebagai mahasiswa yang berfokus pada komunikasi, akan aktif dan paham tentang interaksi penyampaian pesan, dan kontak sosial menggunakan

⁴ <https://www.dompetdhuafa.org/about> diakses pada tanggal 25 Mei 2017

teknologi yang banyak dilakukan. Mahasiswa yang berkaitan memiliki rentan umur 18 – 22 tahun di mana masa awal dari pertumbuhan dewasa yang dianggap memiliki perkembangan yang potensial dari segi kognitif, emosi, dan fisik. Dan bisa dikatakan sebagai khalayak yang dinamis mengikuti perkembangan teknologi yang ada, dan memimiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial Instagram.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga hampir keseluruhan mahasiswanya telah menggunakan media sosial Instagram dan sebagian telah mengetahui dan mengakses akun Instagram @dompet_dhuafa. Dalam penelitian ini kebanyakan mahasiswa belum mengetahui motif dan kepuasan yang mereka inginkan ketika mengakses akun @dompet_dhuafa. Dari sinilah penulis ingin meneliti motif dan kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang termasuk target *audience* dari akun instagram @dompet_dhuafa, terkait informasi yang diberikan pihak Dompot Dhuafa melalui postingan-postingan di akun Instagram.

Maka berdasarkan uraian tersebut, di dalam penelitian ini, maka penulis tertarik untuk memilih penelitian skripsi dengan judul **“Motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang akan dibahas, maka penulis merumuskan masalahnya, yaitu :

1. Bagaimana motif mahasiswa dalam mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa) ?
2. Bagaimana kepuasan mahasiswa setelah mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa) ?
3. Bagaimanakah hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa) ?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui motif mahasiswa dalam mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)
2. Untuk mengetahui kepuasan mahasiswa setelah mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)
3. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk

mengembangkan pengetahuan ilmiah dan diharapkan dapat memperkaya di bidang kajian Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengetahui motif dan kepuasan pengguna Instagram terhadap pelayanan informasi Dompot Dhuafa melalui Instagram (@dompet_dhuafa).

2. Manfaat Praktis

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

E. Tinjauan Pustaka

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

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

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

2. Riset tentang Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna *Instagram* di Kalangan Mahasiswa ilmu Komunikasi FISIP-USU, yang ditulis oleh Adinda Meidina Lubis, Universitas Sumatera Utara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi, komunikasi massa dan perkembangan teknologi komunikasi, *Uses and Gratification*, *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*, Motif penggunaan media, media baru dan *social networking*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional, yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya

hubungan, seberapa besar hubungan tersebut dan berarti tidaknya hubungan antara penggunaan instagram terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna instagram. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang cukup berarti antara motif penggunaan instagram dan pemenuhan kebutuhan pengguna instagram di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan 2012 FISIP USU.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Adinda Meidina Lubis adalah sama-sama menggunakan konsep *Uses and Gratifications*. Namun, letak perbedaannya adalah penelitian ini meneliti mengenai pemenuhan kebutuhan.

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

motif yang paling terpuaskan adalah motif kebiasaan/*ritualistic nature*. Motif yang terpuaskan lainnya adalah informasi/berita dan pengawasan. Sedangkan motif yang tidak terpuaskan adalah pengalihan.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Eunike Laura C.S adalah sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification*. Namun, letak perbedaannya adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pendengar terhadap program berita yang disebut *Sonora News* di Radio Sonora Surabaya.

F. Kerangka Teori

1. Teori *Uses and Gratification*

Uses and Gratification merupakan suatu teori, investigasi dan inkuiri tentang kegunaan atau pemanfaatan media massa oleh publik atau masyarakat pemakainya berdasarkan upaya – upaya media memberikan pelayanan informasi kepada publiknya, berdasarkan saling kepentingan kedua belah pihak tersebut⁵. Teori ini menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa yang berarti manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media Pendekatan ini menjelaskan tentang motif penggunaan media, dalam hal ini media tersebut adalah Instagram yang berkaitan dengan pemuasan kebutuhan seperti,

⁵Aan, Munawar Syamsudin, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) hlm. 76

kebutuhan untuk mendapatkan informasi, kebutuhan hiburan, interaksi sosial dan identitas diri. Teori *uses and gratification* adalah perkembangan dari teori jarum hipodermik, media bersaing sebaik mungkin menjadi pemenuh kebutuhan khalayak, memperbaiki setiap fiturnya, progresif memperbaharui media, membuat khalayak tidak bosan untuk menggunakannya.

Asumsi dasar yang dikemukakan oleh Katz, Blumber dan Gurevitch tentang *uses and gratification*:⁶

- a. Khalayak dianggap aktif, menjadi bagian penting bagi media massa.
- b. Dalam proses komunikasi massa, khalayak menjadi inisiatif untuk mengaitkan antara pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media.
- c. Media massa bersaing untuk memuaskan kebutuhan khalayak, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi tergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

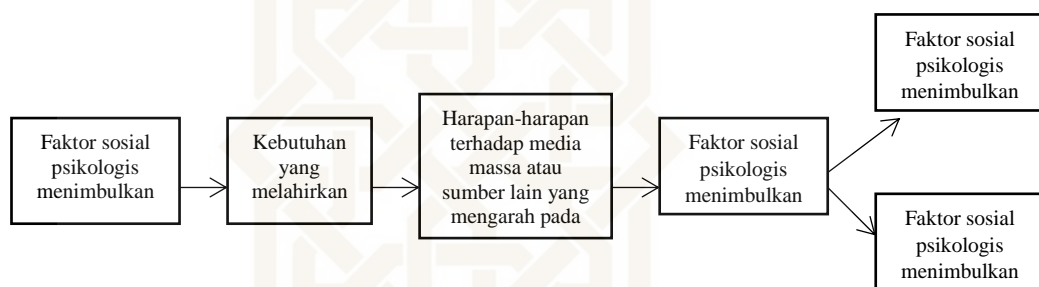
Individu manusia didasari pada kebutuhan-kebutuhan untuk berinteraksi sosial, individu berharap bahwa konsumsi atau penggunaan

⁶ Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm.28-29.

media massa tertentu akan memenuhi sebagian kebutuhannya itu. Katz dan Denis McQuail menggambarkan logika yang mendasari penelitian *uses and gratification model* sebagai berikut:⁷

Gambar 3

Logika Teori *Uses and Gratification*



Kebutuhan dan kepuasan, kedua kata ini mendeskripsikan efek-efek yang dikaitkan pada kepada konsumen media yang memenuhi kebutuhan individual dipuaskan oleh penggunaan terhadap media, hal ini cocok dengan model audiensi aktif:⁸

- a. Pengamatan, yaitu mendapatkan informasi yang sedang berlangsung di dunia.
- b. Pengalihan, berhenti sejenak dari rutinitas dan pekerjaan.
- c. Hubungan personal, berbicara tentang hubungan-hubungan melalui pengalaman menonton televisi.
- d. Identitas personal, menggali diri sendiri melalui perenungan terhadap acara-acara tertentu.

⁷ *Ibid*, hlm.29.

⁸ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm.187-

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

Tradisi ini banyak membantu dalam teori komunikasi, karena tradisi ini bisa membantu dalam memahami keadaan sosial, dimana pribadi menjadi penting di dalamnya atau bagaimana penilaian seseorang (*judgements*), bisa karena adanya faktor kepercayaan (*belief*) dan perasaan (*feeling*) serta bagaimana seseorang memiliki pengaruh terhadap orang lain. Penelitian yang dilakukan pada tradisi ini memandang bahwa mekanisme proses pengolahan informasi berada di luar kesadaran manusia. Sebagai komunikator mungkin akan sadar bila memberikan suatu pesan karena rencana dan tindakan, tetapi proses internal yang terjadi tidaklah disadari.⁹

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

⁹ Morissan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm.36-37

a. Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata “motive” yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan.¹⁰

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

Motif dalam penelitian ini disebut Gratification Sought (GS). Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Dalam penelitian ini, kategori motif pengguna Instagram pada akun Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa) yang menjadi

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal.23

fokus penelitian adalah motif informasi. Dan indikator motif informasi antara lain sebagai berikut¹¹:

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
4. Belajar, pendidikan diri sendiri
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan .

b. Penggunaan Media

Penggunaan media (*Media Use*) disini menjadi penghubung antara motif dan kepuasan audiens terhadap media. Variabel anatar ini sebagai penjelasan logis bagi audiens setelah memiliki motif maka ia akan menggunakan media tersebut baru memunculkan kepuasan. Variabel ini meliputi:

1. Intensitas penggunaan media
2. Tingkat adopsi pesan

c. Kepuasan Penggunaan Media

Kepuasan berasal dari kata “puas” (bentuk kata sifat) yang

¹¹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 72

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

Dalam penelitian *Uses and Gratification*, kepuasan disebut dengan *Gratification Obtained* (GO), yaitu kepuasan senyatanya (riil, nyata) yang diperoleh setelah seseorang menggunakan media massa¹². Fokus penelitian ini mempertanyakan apakah motif pengguna *instagram* pada akun Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa) terpenuhi dan terpuaskan setelah melihat akun tersebut.

Indikator kepuasan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut¹³:

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

¹² *Ibid*, hlm.80

¹³ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 72

3. Mendapatkan pemuasan rasa ingin tahu dan minat umum.
4. Bisa belajar, pendidikan diri sendiri
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

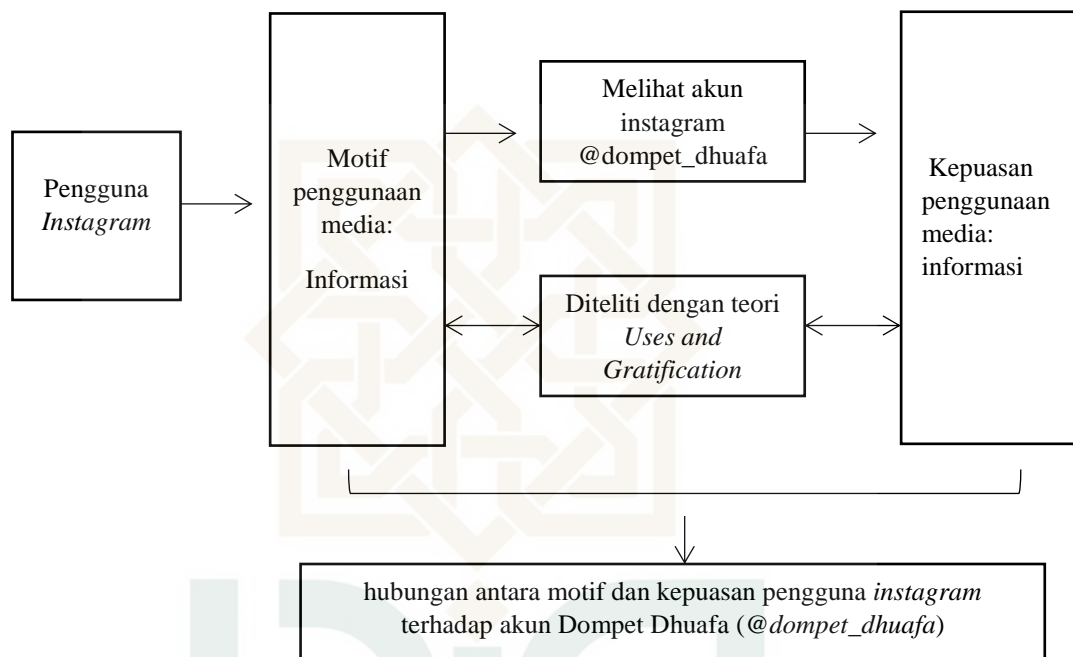
2. Hubungan Motif dan Kepuasan

Hubungan adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linear (searah bukan timbal balik) antara dua variabel atau lebih. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi).¹⁴ Hubungan dalam penelitian ini adalah Hubungan motif dan kepuasan mahasiswa pada akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa) dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Korelasi ini dilihat berdasarkan motif dengan kepuasan (*Uses and Gratification*) informasi pengguna Instagram.

Definisi kepuasan sangatlah sederhana. Seorang pelanggan merasa puas jika kebutuhannya, secara nyata atau hanya anggapan, terpenuhi atau melebihi harapannya. Lalu, bagaimana bisa mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan? Sangat sederhana, cukup bertanya, kemudian penuhi apa yang diinginkan dan usahakan untuk melampauinya. Selanjutnya kepuasan dalam penelitian ini lebih dimaksudkan pada terpenuhinya kebutuhan audience dalam kegiatan menggunakan media massa berdasarkan tujuan dan motif tertentu. Untuk mencapai kepuasan

¹⁴ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009). hlm. 170

tersebut setiap individu bersifat aktif dan selektif dalam menggunakan atau memilih jenis media yang sesuai dengan kebutuhan agar tercipta kepuasan.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

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

Merujuk pada kerangka penelitian pada gambar 1, peneliti akan meneliti mengenai bagaimana motif dan kebutuhan pengguna Instagram terhadap akun Dompet Dhuafa (@dompet_dhuafa). Para pengguna Instagram ini tentu memiliki motif atau kebutuhan tertentu yang ingin dapat dipenuhi setelah melihat akun tersebut. Teori *Uses and Gratification* akan digunakan sebagai

pisau analisis penelitian ini. Dennis McQuail menyebutkan ada empat kebutuhan dasar individu dalam menggunakan media, yaitu motif mencari informasi, mencari identitas diri, kebutuhan untuk integrasi dan interaksi sosial, dan motif untuk mendapatkan hiburan.

Pada penelitian ini fokus yang diteliti pada motif informasinya yang menurut McQuail dan kawan-kawan meliputi¹⁵:

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
4. Belajar, pendidikan diri sendiri.
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

Motif informasi menggambarkan bahwa audiens mengonsumsi media tersebut untuk mengadopsi pesan-pesan serta informasi yang dilakukan oleh akun Instagram yang bersangkutan, dengan motif untuk menambah informasi. Maka audiens atau pengguna Instagram akan menggunakan (*uses*) media tersebut secara rutin atau terus-menerus.

Dan pada akhirnya motif informasi yang akan mendorong pengguna Instagram atau audiens mengonsumsi sebuah media terpuaskan setelah

¹⁵ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 72

menggunakan dan mengadopsi pesan di dalam media tersebut, maka sampailah efek atau *gratification* media terhadap pengguna Instagram. Disini lah hubungan antara motif penggunaan instagram, penggunaan media, dan efek yang dalam hal ini kepuasan menggunakan Instagram di dalam teori *uses and gratification*.

G. Hipotesis

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

1. Hipotesis Kerja (Ha)

Hipotesis (alternatif) kerja yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: ada hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Dompét Dhuafa (@*dompét_dhuafa*).

2. Hipotesis Nol (Ho)

Karena Ha diuji secara statistik maka diubah menjadi hipotesis nol (Ho), yaitu: tidak ada hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Dompét Dhuafa (@*dompét_dhuafa*).

H. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II METODE PENELITIAN

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

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini menguraikan populasi penelitian fakultas Dakwah dan Komunikasi, dan Profil akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Hasil penelitian dan pembahasan, berisi: Deskripsi data

penelitian, Motif (Gratifications Sought), Kepuasan (Gratifications Obtained), Analisis hubungan dua variabel motif dan kepuasan.

BAB V PENUTUP

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya analisa dan pembahasan, penelitian berjudul “Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)” dihasilkan suatu kesimpulan dari hasil penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Tingkat motif mahasiswa mengakses akun instagram Dompot Dhuafa dari 95 responden dengan 25 responden atau 26,3% berada pada posisi tinggi, kemudian 19 responden atau 20,0% berada pada posisi sedang, dan 51 responden atau 53,7% berada pada posisi rendah. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa motif mengakses akun instagram Dompot Dhuafa tergolong pada tingkatan rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan persentase sebesar 53,7% atau sejumlah 51 responden. Yang berarti tingkat motif mahasiswa cenderung rendah dalam mengakses akun instagram Dompot Dhuafa.
2. Tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengakses akun instagram Dompot Dhuafa dari 95 responden dengan 20 responden atau 21,1% berada pada posisi tinggi, kemudian 63 responden atau 66,3% berada pada posisi sedang, dan 12 responden atau 12,6% berada pada posisi rendah. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa setelah mengakses akun instagram Dompot Dhuafa tergolong pada tingkatan sedang. Hal tersebut dibuktikan dengan olah data yang menunjukkan persentase sebesar 66,3%

atau sejumlah 63 responden. Yang berarti tingkat kepuasan mahasiswa sedang setelah mengakses akun instagram Dompét Dhuafa.

3. Dari hasil analisis menggunakan rumus chi kuadrat atau *chi-square* dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara motif mahasiswa dalam mengakses akun instagram Dompét Dhufa dengan kepuasan setelah mengakses akun tersebut. Hal ini dikarenakan perolehan hasil chi kuadrat atau chi-square sebesar 6,808 dengan dk-nya adalah 4 dengan tingkat probabilitas 0,05 maka diperoleh data dari tabel distribusi chi kuadrat atau chi-square sebesar 9,488. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

B. Saran

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

1. Untuk akun instagram Dompét Dhuafa diharapkan lebih mampu memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat dan lebih responsif dalam berinteraksi dengan pengguna instagram yang mengakses akun instagram Dompét Dhuafa.
2. Untuk pengguna instagram untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial tersebut sebagai sarana mencari informasi-informasi atau berita terkini dalam kehidupan sehari-hari.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar mampu melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang lebih bervariasi dan metode penelitian yang lebih matang. Mengangkat sisi lain dari media sosial yang bertema dakwah Islam

dan mengembangkan teori Uses and Gratification yang lebih baik lagi dengan tema yang lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998
- Burton, Graeme. *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra, 2012
- Dompét Dhuafa <https://www.dompethuafa.org>, diakses pada tanggal 20 November 2017
- Instagram “Aplikasi Instagram” <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 24 April 2017
- Instagram “Profil Akun Instagram Dompét Dhuafa” <https://instagram.com/dompethuafa>, diakses pada tanggal 24 April 2017
- Kyantono, Rachmad. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- Kyantono, Rachmad. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009
- Laura C.S, Eunike. *Kepuasan Pendengar Terhadap Program Sonora News di Radio Sonora Surabaya*, Riset, Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2012
- Masri, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : LP3S, 1989
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, Jakarta: Erlangga, 1996
- Meidina Lubis, Adinda. *Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa ilmu Komunikasi FISIP USU*, Riset, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2013.
- Morissan, *Teori Komunikasi* Bogor: Ghalia Indonesia, 2013

Nur Fitriani, Ika. *Korelasi Antar Motif Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji dan Kepuasan Menonton Pada Masyarakat Gowok Nolobangsan*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013

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

Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014.

Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001

Sugiyono, Prof, Dr, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2006

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta “Fakultas Dakwah dan Komunikasi” <http://uin-suka.ac.id/id/web/page/unit/34-dakwah-dan-komunikasi>, diakses pada tanggal 11 Desember 2017



LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KUISIONER

MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM MENGAKSES AKUN
INSTAGRAM DOMPET DHUAFA (@DOMPET_DHUAFA)

Oleh: Heru Angga Setiawan

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Petunjuk pengisian

1. Memohon dengan hormat bantuan dan kesediaanya untuk menjawab seluruh pertanyaan kuisisioner.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian pilihlah jawaban dengan memberikan tanda centang () pada jawaban yang sesuai dengan keadaan/ sesuai yang dirasakan.
3. Ada tiga pilihan jawaban, yaitu:
 - a. Ya, apabila pernyataan benar-benar atau sangat sesuai dengan keadaan yang dirasakan
 - b. Ragu-ragu, apabila pernyataan setengahnya berkesesuaian dengan keadaan yang dirasakandan setengahnya lagi tidak berkesesuaian.
 - c. Tidak, apabila pernyataan benar-benar atau sangat tidak sesuai dengan keadaan yang dirasakan.
4. Mohon setiap pernyataan diisi dengan lengkap dan sesuai petunjuk pengisian.

DATA RESPONDEN

NO. RESPONDEN :

NAMA :

TEMPAT TANGGAL LAHIR :

JENIS KELAMIN :

JURUSAN :

ALAMAT :

Apa yang anda inginkan jika anda mengakses akun *Instagram* Dompét Dhuafa (@dompét_dhuafa) ?

NO	Pernyataan	Ya	Ragu -ragu	Tida k
1	Saya ingin mengetahui informasi tentang ZISWAF di masyarakat			
2	Saya ingin mengetahui kondisi perkembangan ZISWAF di masyarakat			
3	Saya ingin mendapatkan bimbingan tentang ZISWAF			
4	Saya ingin mencari pengetahuan baru menyangkut berbagai masalah ZISWAF			
5	Saya ingin mendapatkan kepuasan keinginan tentang ZISWAF			
6	Saya ingin mendapatkan kepuasan melihat tampilan dan postingan pada akun @dompét_dhuafa			
7	Saya ingin belajar tentang ZISWAF			
8	Saya ingin dilatih untuk bersedekah			
9	Saya ingin memperoleh rasa damai			
10	Saya ingin merasa tenang mendapat pengetahuan tentang ZISWAF			

Apakah anda sering melihat dan mencontoh postingan akun instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)

No.	Pernyataan	Ya	Ragu-ragu	Tidak
11	Saya sering melihat akun instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)			
12	Saya selalu melihat postingan terbaru akun instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)			
13	Saya melihat dan membaca postingan terbaru akun @dompet_dhuafa sampai selesai			
14	Saya suka mengamati dan mencontoh apa yang terdapat pada postingan akun instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)			
15	Saya suka membicarakan dengan teman atau kerabat apa yang terdapat pada postingan akun instagram Dompot Dhuafa (@dompet_dhuafa)			
16	Saya sering terbayang - bayang perkataan mengajak untuk berbuat baik di akun @dompet_dhuafa ketika melihat masyarakat di sekitar saya.			

Apa yang anda peroleh setelah anda mangakses akun instagram Dompét Dhuafa (@dompet_dhuafa) ?

NO	Pernyataan	Ya	Ragu -ragu	Tida k
17	Saya mengetahui informasi tentang ZISWAF di masyarakat			
18	Saya mengetahui kondisi perkembangan ZISWAF di masyarakat			
19	Saya mendapatkan bimbingan tentang ZISWAF			
20	Saya mendapatkan pengetahuan baru menyangkut berbagai masalah ZISWAF			
21	Saya mendapatkan kepuasan keingin tahuan tentang ZISWAF			
22	Saya mendapatkan kepuasan melihat tampilan dan postingan pada akun @dompet_dhuafa			
23	Saya mendapatkan pembelajaran tentang ZISWAF			
24	Saya dapat dilatih untuk bersedekah			
25	Saya memperoleh rasa damai			
26	Saya merasa tenang karena mendapat pengetahuan tentang ZISWAF			

Lampiran 2.1

Validitas Media Use

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7
item1	Pearson Correlation	1	.565**	.565**	.362*	.218	.064	.632**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.049	.247	.738	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item2	Pearson Correlation	.565**	1	.200	.466**	.386*	.339	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001		.289	.009	.035	.067	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item3	Pearson Correlation	.565**	.200	1	.146	.030	.000	.475**
	Sig. (2-tailed)	.001	.289		.443	.874	1.000	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
item4	Pearson Correlation	.362*	.466**	.146	1	.449*	.460*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.049	.009	.443		.013	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item5	Pearson Correlation	.218	.386*	.030	.449*	1	.259	.626**
	Sig. (2-tailed)	.247	.035	.874	.013		.167	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item6	Pearson Correlation	.064	.339	.000	.460*	.259	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.738	.067	1.000	.010	.167		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item7	Pearson Correlation	.632**	.703**	.475**	.750**	.626**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.000	
	N	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 2.2

Validitas Motif Penggunaan Media

		Correlations										
		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM_TOTAL
ITEM1	Pearson Correlation	1	.579**	.176	.506**	.540**	.285	.194	.423*	.518**	.602**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.001	.351	.004	.002	.127	.304	.020	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM2	Pearson Correlation	.579**	1	.269	.391*	.585**	.264	.348	.264	.447*	.362*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001		.150	.033	.001	.159	.059	.159	.013	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM3	Pearson Correlation	.176	.269	1	.267	.323	.020	.428*	.325	.331	.213	.509**
	Sig. (2-tailed)	.351	.150		.153	.082	.915	.018	.080	.074	.259	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM4	Pearson Correlation	.506**	.391*	.267	1	.400*	.245	.413*	.245	.485**	.385*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.004	.033	.153		.028	.192	.023	.192	.007	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM5	Pearson Correlation	.540**	.585**	.323	.400*	1	.473**	.441*	.334	.495**	.267	.726**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.082	.028		.008	.015	.071	.005	.153	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM6	Pearson Correlation	.285	.264	.020	.245	.473**	1	.195	-.023	.135	-.023	.361*
	Sig. (2-tailed)	.127	.159	.915	.192	.008		.302	.905	.477	.904	.050
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM7	Pearson Correlation	.194	.348	.428*	.413*	.441*	.195	1	.308	.311	.538**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.304	.059	.018	.023	.015	.302		.098	.094	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM8	Pearson Correlation	.423*	.264	.325	.245	.334	-.023	.308	1	.742**	.408*	.600**
	Sig. (2-tailed)	.020	.159	.080	.192	.071	.905	.098		.000	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM9	Pearson Correlation	.518**	.447*	.331	.485**	.495**	.135	.311	.742**	1	.392*	.712**
	Sig. (2-tailed)	.003	.013	.074	.007	.005	.477	.094	.000		.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM10	Pearson Correlation	.602**	.362*	.213	.385*	.267	-.023	.538**	.408*	.392*	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.049	.259	.036	.153	.904	.002	.025	.032		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM_TOTAL	Pearson Correlation	.748**	.671**	.509**	.675**	.726**	.361*	.692**	.600**	.712**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.050	.000	.000	.000	.000	
	N	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 2.3

Validitas Kepuasan Penggunaan Media

		Correlations										
		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM TOTAL
ITEM1	Pearson Correlation	1	.025	.349	.110	.195	.043	.097	.382*	.326	.580**	.577**
	Sig. (2-tailed)		.897	.059	.562	.303	.822	.608	.037	.079	.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM2	Pearson Correlation	.025	1	.447*	.224	.415*	.133	.191	.150	.479**	.356	.514**
	Sig. (2-tailed)	.897		.013	.235	.023	.482	.312	.428	.007	.053	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM3	Pearson Correlation	.349	.447*	1	.389*	.557**	.259	.386*	.516**	.264	.433*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.059	.013		.034	.001	.168	.035	.004	.159	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM4	Pearson Correlation	.110	.224	.389*	1	.371*	.239	.427*	.269	.279	.335	.558**
	Sig. (2-tailed)	.562	.235	.034		.043	.204	.019	.150	.135	.070	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM5	Pearson Correlation	.195	.415*	.557**	.371*	1	.587**	.215	.662**	.406*	.241	.664**
	Sig. (2-tailed)	.303	.023	.001	.043		.001	.254	.000	.026	.199	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM6	Pearson Correlation	.043	.133	.259	.239	.587**	1	.266	.405*	.081	.018	.436*
	Sig. (2-tailed)	.822	.482	.168	.204	.001		.156	.026	.672	.927	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM7	Pearson Correlation	.097	.191	.386*	.427*	.215	.266	1	.176	.361	.258	.558**
	Sig. (2-tailed)	.608	.312	.035	.019	.254	.156		.351	.050	.168	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM8	Pearson Correlation	.382*	.150	.516**	.269	.662**	.405*	.176	1	.373*	.358	.669**
	Sig. (2-tailed)	.037	.428	.004	.150	.000	.026	.351		.042	.052	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM9	Pearson Correlation	.326	.479**	.264	.279	.406*	.081	.361	.373*	1	.435*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.079	.007	.159	.135	.026	.672	.050	.042		.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM10	Pearson Correlation	.580**	.356	.433*	.335	.241	.018	.258	.358	.435*	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.001	.053	.017	.070	.199	.927	.168	.052	.016		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ITEM_TOTAL	Pearson Correlation	.577**	.514**	.682**	.558**	.664**	.436*	.558**	.669**	.698**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000	.001	.000	.016	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 2.4

Realibilitas Media Use

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
.665	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	12.97	3.551	.495	.607
ITEM2	13.03	3.482	.593	.588
ITEM3	13.20	3.614	.209	.689
ITEM4	13.13	3.085	.606	.554
ITEM5	13.33	3.195	.389	.627
ITEM6	13.67	2.920	.326	.676

Lampiran 2.5

Realibilitas Motif Penggunaan Media

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
.831	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	23.70	9.872	.665	.801
ITEM2	23.53	10.740	.600	.812
ITEM3	23.57	10.944	.392	.827
ITEM4	23.73	10.133	.573	.810
ITEM5	23.53	9.982	.638	.804
ITEM6	23.60	11.559	.244	.838
ITEM7	23.87	9.637	.568	.811
ITEM8	23.60	10.800	.509	.818
ITEM9	23.50	10.741	.652	.810
ITEM10	24.37	8.792	.554	.823

Lampiran 2.6**Realibilitas Kepuasan Penggunaan Media****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
.778	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	24.27	7.789	.421	.763
ITEM2	24.07	8.547	.415	.764
ITEM3	24.00	8.414	.623	.752
ITEM4	24.10	8.369	.457	.760
ITEM5	23.93	8.892	.629	.764
ITEM6	24.13	8.395	.271	.782
ITEM7	24.27	7.995	.415	.763
ITEM8	24.13	7.775	.563	.744
ITEM9	24.33	6.989	.544	.746
ITEM10	24.87	6.602	.566	.745

Lampiran 3.1

No	Nama	soal 1	soal 2	indikator 1	soal 3	soal 4	indikator 2	soal 5	soal 6	indikator 3	soal 7	soal 8	indikator 4	soal 9	soal 10	indikator 5	Jumlah
1	M. Nur Irfan Faiz	3	3	6	3	3	6	3	1	4	3	3	6	3	1	4	26
2	Alisyam	3	2	5	3	2	5	3	3	6	2	2	4	2	2	4	24
3	Virghi	3	3	6	2	3	5	3	3	6	3	2	5	3	3	6	28
4	Charismanto	2	3	5	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	1	4	26
5	Kurnia Saleh Nasution	1	2	3	3	1	4	1	2	3	2	3	5	3	1	4	19
6	Ardiani Novi Ayu	3	3	6	2	2	4	3	3	6	2	3	5	3	1	4	25
7	Yoga Bhakti P.D	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
8	Harti Suberti	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	29
9	Binthaj Fadila	3	3	6	3	3	6	2	2	4	1	3	4	3	3	6	26
10	Firdaus Ismail	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	29
11	Rahma Novita Alim	1	2	3	3	1	4	3	2	5	1	3	4	3	1	4	20
12	Aulia Nur Rahma	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
13	Dian	2	3	5	3	1	4	3	1	4	2	3	5	3	2	5	23
14	Ronggo Agum Gumelar	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	29
15	Heni Saadah	2	2	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	3	16
16	Arif Wicaksono	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
17	M Anwar Kamil	2	2	4	3	3	6	2	3	5	2	3	5	3	1	4	24
18	Inna Izzati	3	3	6	3	3	6	3	3	6	1	2	3	3	1	4	25
19	Eka Kurniawan	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	1	4	27
20	Cahya Aldi	3	3	6	1	1	2	3	3	6	1	3	4	3	2	5	23
21	Irfan Latif Fitrajaya	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
22	Alfiyatul Karimah	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	1	4	27
23	Ali Marzuqi	2	3	5	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	1	4	26
24	Ilham Wahyudi	1	3	4	3	3	6	3	3	6	3	2	5	2	1	3	24
25	Cahya Aldi	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	2	5	28
26	M. Robby	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
27	Vicky Tamara	2	3	5	2	2	4	3	3	6	1	2	3	2	1	3	21
28	Hairunnisa Sagala	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
29	Siti barokah	2	2	4	2	3	5	3	3	6	3	3	6	3	1	4	25
30	Jeni Puji	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	1	4	28
31	Aris Puji Pertiwi	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	3	6	3	1	4	27
32	Anida Hidayati	2	2	4	2	2	4	2	2	4	3	2	5	2	2	4	21
33	Ayuning Subekti	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	5	29
34	Oki Dwi C	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	20
35	Resti Yuhanita	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	2	2	4	27
36	Laras Tian Permatasari	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
37	Alfira Maryana Andarita	2	3	5	2	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	5	24
38	Aufa Dhia KH	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
39	Meiga Setiyaningrum	2	2	4	3	1	4	2	2	4	2	3	5	2	1	3	20
40	Marlisa	2	2	4	3	1	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	20
41	Nur Inayah	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	3	5	2	2	4	22
42	Ika Adi Nugroho	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	5	29
43	Febia Fitri Jumiati	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	5	28
44	Noviana Hesti Widiati	3	3	6	3	2	5	2	2	4	3	3	6	2	2	4	25
45	Septiana Yuni Lestari	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
46	Fahmi Ardiansyah	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
47	M. Anas Akhsani	3	2	5	2	3	5	2	2	4	3	2	5	2	1	3	22
48	Silvia Erlina	3	2	5	2	2	4	2	3	5	3	3	6	2	1	3	23
49	Umni Khusriniati Rofiqoh	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	20
50	Affifah Nurhanifah	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
51	Ayu Maratus S	3	2	5	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	1	3	21
52	Nadya Nur Aisyah	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	20
53	M. Afdhel Al Hafid	3	2	5	3	2	5	2	2	4	2	3	5	2	1	3	22
54	Izza Lutfan Abdullah	3	2	5	2	2	4	3	2	5	2	2	4	2	2	4	22
55	Yusuf Efendi	3	2	5	2	3	5	2	2	4	2	2	4	3	2	5	23
56	Lalu Muhammad Ridho	3	2	5	2	2	4	2	2	4	3	3	6	2	2	4	23
57	Nanang Rais	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
58	Pramono Edi S	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	2	2	4	27
59	Isfan Fajar P	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
60	Dhila Khairunnisa	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	19
61	E Oktazon H	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
62	Hasan Budiyo	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	3	5	2	2	4	21
63	Walada Afton A	3	2	5	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	22
64	Ryan Restu Lilinuha	3	2	5	2	2	4	2	3	5	2	2	4	2	2	4	22
65	Santi Indriani	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	20
66	Bagas Orlando W	3	3	6	3	3	6	2	3	5	2	2	4	2	2	4	25
67	Risti Widayanti	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	20
68	Mat Korib	3	3	6	3	3	6	2	3	5	2	2	4	2	2	4	25
69	Riska Gustin Damayanti	3	2	5	2	2	4	3	2	5	2	2	4	2	2	4	22
70	MD Baharudin Harahap	2	3	5	2	2	4	3	2	5	2	2	4	2	1	3	21
71	Khoirul Anwar	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
72	Yanyan Nurfalih	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	20
73	Muhammad Syukron	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	3	19
74	Nizar Zulfikar	3	2	5	2	2	4	2	3	5	2	2	4	2	2	4	22
75	Audi Nasri	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
76	Muhammad Ali Maksun	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
77	Nur Laila Syarifah	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
78	Lu'lu Maesroh	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
79	Muhammad Habibi	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	20
80	PMI Nasrudin	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
81	Yudi Hasian Harahap	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
82	Lian Ahmad Fauzi	3	2	5	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	22
83	Putri Khusna Amali	3	2	5	2	2	4	2	3	5	2	2	4	2	2	4	22
84	Erni Wati Ali	3	2	5	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	1	3	21
85	Iskandar	3	2	5	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	22
86	Alifia Absah	3	2	5	2	3	5	3	3	6	3	2	5	3	1	4	25
87	Muh. Rizal	2	2	4	2	2	4	3	2	5	2	2	4	2	1	3	20
88	Dwi Setiawan	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	20
89	Syarif Hidayat	3	2	5	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	1	3	21
90	Dyah Retno Utami	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
91	Riski Maikowati	2	2	4	2	2	4	2	2	4	3	2	5	2	1	3	20
92	Syaipul Waton	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	30
93	Rica Ria Dara	3	2	5	2	2	4	2	2	4	1	2	3	2	1	3	19
94	Ulfa Saveria	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	21
95	Hamri Okta Prisada	2	2	4	2	2	4	1	2	3	2	2	4	1	1	2	17

No	Nama	soal 15	soal 16	soal 17	soal 18	soal 19	soal 20	Jumlah
1	M. Nur Irfan Faiz	3	3	2	3	3	2	16
2	Alisyam	3	3	2	3	3	3	17
3	Virghi	3	3	3	3	2	2	16
4	Charismanto	3	3	3	3	3	3	18
5	Kurnia Saleh Nasution	3	2	3	3	2	2	15
6	Ardiani Novi Ayu	3	3	3	3	2	2	16
7	Yoga Bhukti P.D	3	3	2	3	2	3	16
8	Harti Suberti	1	2	1	2	2	2	10
9	Binthaj Fadila	3	3	2	2	2	1	13
10	Firdaus Ismail	3	3	3	3	3	3	18
11	Rahma Novita Alim	3	2	3	3	2	1	14
12	Aulia Nur Rahma	3	3	3	2	2	1	14
13	Dian	3	3	3	3	3	3	18
14	Ronggo Agum Gumelar	3	3	3	3	3	3	18
15	Heni Saadah	3	3	3	2	3	1	15
16	Arif Wicaksono	3	3	3	3	3	3	18
17	M Anwar Kamil	3	3	3	3	1	2	15
18	Inna Izzati	3	3	3	2	1	3	15
19	Eka Kurniawan	3	3	3	3	3	3	18
20	Cahya Aldi	3	3	3	3	3	1	16
21	Irfan Latif Fitrajaya	3	3	3	3	3	2	17
22	Alfiyatul Karimah	3	3	1	3	3	3	16
23	Ali Marzuqi	3	3	2	3	3	1	15
24	Ilham Wahyudi	3	3	3	3	3	2	17
25	Cahya Aldi	2	2	2	2	2	2	12
26	M. Robby	3	3	3	3	3	3	18
27	Vicky Tamara	3	3	3	3	3	2	17
28	Hairunnisa Sagala	3	3	3	3	3	3	18
29	Siti barokah	3	3	3	3	3	3	18
30	Jeni Puji	3	2	3	1	2	1	12
31	Aris Puji Pertiwi	3	3	2	2	2	2	14
32	Anida Hidayati	2	2	2	2	2	2	12
33	Juni Ayuning Subekti	2	3	3	2	2	2	14
34	Oki Dwi C	3	2	2	2	2	2	13
35	Resti Yuhanita	2	3	2	2	2	2	13
36	Laras Tian Permatasari	3	3	3	3	3	3	18
37	Alfira Maryana Andarita	3	2	2	2	2	2	13
38	Aufa Dhia KH	2	2	3	2	2	2	13
39	Meiga Setiyaningrum	2	2	2	2	2	2	12
40	Marlisa	3	2	2	2	2	1	12
41	Nur Inayah	2	2	2	2	2	1	11
42	Ika Adi Nugroho	2	2	2	2	1	1	10
43	Febia Fitri Jumiati	3	2	2	2	2	2	13
44	Noviana Hesti Widiati	2	2	2	2	2	2	12
45	Septiana Yuni Lestari	3	2	2	2	2	2	13
46	Fahmi Ardiansyah	3	2	2	3	2	2	14
47	M. Anas Akhsani	2	3	2	2	2	2	13
48	Silvia Erlina	2	3	2	2	2	2	13
49	Umni Khusniati Rofiqoh	3	2	2	2	2	2	13
50	Afifah Nurhanifah	3	2	3	2	2	2	14
51	Ayu Maratun S	2	3	2	2	2	2	13
52	Nadya Nur Aisyah	3	2	2	2	2	2	13
53	M. Afdhel Al Hafid	2	3	2	2	2	2	13
54	Izza Lutfan Abdullah	3	2	2	2	2	2	13
55	Yusuf Efendi	2	2	2	2	2	1	11
56	Lalu Muhammad Ridho F	2	2	2	2	2	2	12
57	Nanang Rais	3	2	2	2	2	2	13
58	Pramono Edi S	2	2	2	2	2	2	12
59	Isfan Fajar P	3	2	2	2	2	2	13
60	Dhila Khairunissa	2	2	2	2	2	1	11
61	E Oktazon H	2	2	2	2	2	2	12
62	Hasan Budiyanto	3	3	2	2	3	2	15
63	Walada Afton A	3	2	3	2	2	2	14
64	Ryan Restu Lilinuha	2	3	2	2	2	2	13
65	Santi Indriani	3	2	2	2	2	2	13
66	Bagas Orlando W	3	3	3	3	3	3	18
67	Risti Widayanti	3	3	3	3	3	3	18
68	Mat Korib	2	2	2	2	2	2	12
69	Riska Gustin Damayanti	3	2	2	2	2	2	13
70	MD Baharudin Harahap	2	2	2	2	2	2	12
71	Khoirul Anwar	3	2	2	3	2	2	14
72	Yanyan Nurfalah	3	2	2	3	2	2	14
73	Muhammad Syukron	2	2	2	3	2	2	13
74	Nizar Zulfikar	2	2	2	2	2	2	12
75	Audi Nasri	3	2	2	2	2	2	13
76	Muhammad Ali Maksum	2	3	2	2	2	2	13
77	Nur Laila Syarifah	3	3	3	3	3	3	18
78	Lu'lu Maesaroh	2	3	3	3	2	2	15
79	Muhammad Habibi	2	2	2	2	2	1	11
80	PMI Nasrudin	2	2	2	2	2	2	12
81	Yudi Hasian Harahap	2	2	2	3	2	2	13
82	Lian Ahmad Fauzi	2	2	2	2	2	2	12
83	Putri Khusna Amali	3	2	3	2	2	2	14
84	Erni Wati Ali	3	3	3	3	3	3	18
85	Iskandar	2	2	2	2	2	2	12
86	Alifia Absah	3	2	2	2	2	2	13
87	Muh. Rizal	3	2	3	2	2	2	14
88	Dwi Setiawan	3	3	3	3	3	3	18
89	Syarif Hidayat	3	2	2	3	2	2	14
90	Dyah Retno Utami	3	2	2	2	2	1	12
91	Riski Maikowati	3	2	2	2	2	2	13
92	Syaipul Waton	2	2	3	2	2	2	13
93	Rica Ria Dara	2	2	2	2	2	2	12
94	Ulfa Saveria	3	2	2	2	2	2	13
95	Hamri Okta Prisada	3	3	3	3	3	3	18

No	Nama	soal 17	soal 18	Indikator1	soal 19	soal 20	Indikator2	soal 21	soal 22	Indikator3	soal 23	soal 24	Indikator4	soal 25	soal 26	Indikator5	Jumlah
1	M. Nur Irfan Faiz	3	3		6	3	3	6	3	6	3	3	6	3	3	6	30
2	Alisyam	3	3		6	3	3	6	3	6	3	3	6	2	2	4	28
3	Virghi	3	3		6	3	3	6	3	6	2	3	5	3	3	6	29
4	Charismanto	3	3		6	3	3	6	3	2	5	3	2	5	3	3	28
5	Kurnia Saleh Nasution	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
6	Ardiani Novi Ayu	2	3		5	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	2	27
7	Yoga Bhekti P.D	3	3		6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	2	28
8	Harti Suberti	3	3		6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	2	3	28
9	Binthaj Fadila	3	2		5	3	3	6	3	3	6	2	3	5	1	2	25
10	Firdaus Ismail	3	2		5	3	2	5	3	3	6	2	3	5	1	1	23
11	Rahma Novita Alim	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	29
12	Aulia Nur Rahma	2	3		5	3	2	5	3	2	5	2	3	5	3	2	25
13	Dian	3	3		6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	29
14	Ronggo Agum Gumelar	3	3		6	3	3	6	3	1	4	2	3	5	3	2	26
15	Heni Saadah	2	3		5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	28
16	Arif Wicaksono	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
17	M Anwar Kamil	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	2	5	2	2	27
18	Inna Izzati	1	3		4	3	3	6	3	3	6	3	3	6	1	1	24
19	Eka Kurniawan	3	2		5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	28
20	Cahya Aldi	2	2		4	2	2	4	2	1	3	2	1	3	1	1	16
21	Irfan Latif Fitrajaya	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
22	Alfiyatul Karimah	3	3		6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	1	27
23	Ali Marzuqi	2	3		5	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	1	26
24	Ilham Wahyudi	1	3		4	3	3	6	3	3	6	3	2	5	2	1	24
25	Cahya Aldi	3	3		6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	2	28
26	M. Robby	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
27	Vicky Tamara	2	3		5	2	2	4	3	3	6	1	2	3	2	1	21
28	Hairunnisa Sagala	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
29	Siti barokah	2	2		4	2	3	5	3	3	6	3	3	6	3	1	25
30	Jeni Puji	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	1	28
31	Aris Puji Pertiwi	3	2		5	2	2	4	3	2	5	2	2	4	2	2	22
32	Anida Hidayati	3	2		5	2	3	5	2	2	4	2	2	4	1	1	20
33	Juni Ayuning Subekti	2	2		4	3	2	5	2	3	5	2	3	5	2	1	22
34	Oki Dwi C	3	3		6	3	2	5	2	3	5	3	3	6	2	2	26
35	Resti Yuhanita	3	2		5	2	2	4	2	3	5	3	3	6	2	1	23
36	Laras Tian Permatasari	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
37	Alfira Maryana Andarita	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	20
38	Aufa Dhia KH	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
39	Meiga Setyaningrum	1	2		3	1	2	3	2	2	4	2	2	4	1	1	16
40	Marlisa	2	2		4	2	3	5	2	2	4	2	3	5	2	2	22
41	Nur Inayah	2	2		4	2	3	5	3	3	6	3	3	6	2	2	25
42	Ika Adi Nugroho	2	3		5	2	3	5	2	2	4	2	1	3	2	1	20
43	Febia Fitri Jumiati	3	2		5	3	2	5	2	1	3	1	1	2	2	1	18
44	Noviana Hesti Widiati	2	1		3	1	1	2	1	1	2	2	2	4	2	2	15
45	Septiana Yuni Lestari	3	3		6	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	22
46	Fahmi Ardiansyah	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
47	M. Anas Akhsani	3	2		5	2	2	4	2	1	3	1	1	2	2	1	17
48	Silvia Erlina	2	2		4	2	1	3	1	1	2	1	1	2	2	2	15
49	Umni Khusniati Rofiqoh	2	2		4	2	1	3	2	2	4	2	2	4	2	1	18
50	Alifah Nurhanifah	2	2		4	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	2	21
51	Ayu Maratun S	2	2		4	2	3	5	2	2	4	2	2	4	2	1	20
52	Nadya Nur Aisyah	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
53	M. Afdhel Al Hafid	2	2		4	3	2	5	3	2	5	2	2	4	2	1	21
54	Izza Lutfan Abdullah	3	2		5	2	2	4	2	2	4	1	2	3	2	1	19
55	Yusuf Efendi	2	2		4	3	2	5	2	2	4	2	2	4	2	1	20
56	Lalu Muhammad Ridho F	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
57	Nanang Rais	2	3		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21
58	Pramono Edi S	2	2		4	2	2	4	1	1	2	1	1	2	1	1	14
59	Isfan Fajar P	2	2		4	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	16
60	Dhila Khairunnisa	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	1	19
61	E Oktazon H	3	2		5	2	2	4	2	2	4	3	2	5	3	2	23
62	Hasan Budiyanoto	2	2		4	2	2	4	2	3	5	2	2	4	2	1	20
63	Walada Atton A	3	2		5	2	2	4	2	3	5	2	3	5	2	1	22
64	Ryan Restu Lilinuha	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
65	Santi Indriani	3	2		5	2	2	4	3	2	5	3	2	5	2	2	23
66	Bagas Orlando W	2	1		3	2	2	4	1	1	2	2	2	4	2	1	16
67	Risti Widayanti	3	2		5	2	1	3	2	2	4	2	2	4	2	1	19
68	Mat Korib	2	2		4	2	2	4	3	2	5	3	2	5	2	1	21
69	Riska Gustin Damayanti	2	3		5	2	2	4	2	2	4	3	2	5	2	3	23
70	MD Baharudin Harahap	3	3		6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	30
71	Khoirul Anwar	2	3		5	2	2	4	1	2	3	3	2	5	1	1	19
72	Yanyan Nurfalalah	3	2		5	2	2	4	2	2	4	3	2	5	2	2	22
73	Muhammad Syukron	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
74	Nizar Zulfikar	2	1		3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	12
75	Audi Nasri	3	3		6	2	2	4	3	2	5	1	2	3	2	2	22
76	Muhammad Ali Maksum	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21
77	Nur Laila Syarifah	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
78	Lu'lu Maesaroh	1	1		2	1	1	2	1	2	3	3	2	5	2	2	16
79	Muhammad Habibi	2	3		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21
80	PMI Nasrudin	2	2		4	1	2	3	2	2	4	2	2	4	2	2	19
81	Yudi Hasian Harahap	2	2		4	3	2	5	2	2	4	2	3	5	1	1	20
82	Lian Ahmad Fauzi	3	2		5	3	2	5	3	3	6	3	3	6	2	2	26
83	Putri Khusus Amali	2	2		4	3	2	5	2	2	4	2	3	5	2	2	22
84	Erni Wati Ali	3	2		5	2	3	5	2	2	4	2	3	5	2	2	23
85	Iskandar	3	2		5	2	2	4	3	2	5	3	2	5	3	3	25
86	Alifia Absah	2	2		4	2	1	3	2	2	4	2	2	4	1	1	17
87	Muh. Rizal	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21
88	Dwi Setiawan	2	2		4	2	2	4	2	2	4	3	3	6	2	2	22
89	Syarif Hidayat	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21
90	Dyah Retno Utami	1	1		2	2	1	3	1	1	2	2	2	4	1	1	13
91	Riski Maikowati	2	3		5	2	2	4	2	2	4	2	1	3	2	1	19
92	Syaipul Waton	2	2		4	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	20
93	Rica Ria Dara	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	1	1	19
94	Ulfa Saveria	2	3		5	2	2	4	2	2	4	1	2	3	2	2	20
95	Hamri Okta Prisada	3	2		5	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	21

Lampiran 3.2

Frekuensi Indikator Mencari Berita Tentang Peristiwa dan Kondisi Yang Berlaku Dengan Lingkungan Terdekat, Masyarakat dan Dunia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	18	18.9	18.9	18.9
	Sedang	40	42.1	42.1	61.1
	Tinggi	37	38.9	38.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	2.1	2.1	2.1
	Sedang	59	62.1	62.1	64.2
	Tinggi	34	35.8	35.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Memuaskan Rasa Ingin Tahu dan Minat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	3	3.2	3.2	3.2
	Sedang	56	58.9	58.9	62.1
	Tinggi	36	37.9	37.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Belajar, Pendidikan Diri Sendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	4.2	4.2	4.2
	Sedang	58	61.1	61.1	65.3
	Tinggi	33	34.7	34.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	22	23.2	23.2	23.2
	Sedang	52	54.7	54.7	77.9
	Tinggi	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Motif Mengakses Akun Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	51	53.7	53.7	53.7
	Sedang	19	20.0	20.0	73.7
	Tinggi	25	26.3	26.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Lampiran 3.3

Frekuensi Indikator Mencari Berita Tentang Peristiwa dan Kondisi Yang Berlaku Dengan Lingkungan Terdekat, Masyarakat dan Dunia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	6	6.3	6.3	6.3
	SEDANG	65	68.4	68.4	74.7
	TINGGI	24	25.3	25.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	11	11.6	11.6	11.6
	SEDANG	58	61.1	61.1	72.6
	TINGGI	26	27.4	27.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Memuaskan Rasa Ingin Tahu dan Minat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	11	11.6	11.6	11.6
	SEDANG	54	56.8	56.8	68.4
	TINGGI	30	31.6	31.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Belajar, Pendidikan Diri Sendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	13	13.7	13.7	13.7
	SEDANG	58	61.1	61.1	74.7
	TINGGI	24	25.3	25.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Indikator Memperoleh Rasa Damai Melalui Penambahan Pengetahuan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	11	11.6	11.6	11.6
	SEDANG	71	74.7	74.7	86.3
	TINGGI	13	13.7	13.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Kepuasan Setelah Mengakses Akun Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	12	12.6	12.6	12.6
	SEDANG	63	66.3	66.3	78.9
	TINGGI	20	21.1	21.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Lampiran 4**tingkatmotif * tingkatkepuasan Crosstabulation**

			tingkatkepuasan			Total
			rendah	sedang	tinggi	
tingkatmotif	rendah	Count	9	35	7	51
		Expected Count	6.4	33.8	10.7	51.0
		% of Total	9.5%	36.8%	7.4%	53.7%
		Residual	2.6	1.2	-3.7	
	sedang	Count	1	14	4	19
		Expected Count	2.4	12.6	4.0	19.0
		% of Total	1.1%	14.7%	4.2%	20.0%
		Residual	-1.4	1.4	.0	
	tinggi	Count	2	14	9	25
		Expected Count	3.2	16.6	5.3	25.0
		% of Total	2.1%	14.7%	9.5%	26.3%
		Residual	-1.2	-2.6	3.7	
Total	Count		12	63	20	95
	Expected Count		12.0	63.0	20.0	95.0
	% of Total		12.6%	66.3%	21.1%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.808 ^a	4	.146
Likelihood Ratio	6.723	4	.151
Linear-by-Linear Association	5.454	1	.020
N of Valid Cases	95		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.40.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

*Lampiran 5.1***Chi Kuadrat atau *Chi-Square***

Dk	0,10	0,05	0,01	0,001
1	2,706	3,841	6,635	10,827
2	4,605	5,991	9,210	13,815
3	6,251	7,815	11,345	16,266
4	7,779	9,488	13,277	18,467



*Lampiran 6***1. Kartu Tanda Mahasiswa**

2. Kartu Rencana Studi



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

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



NIM : 13210052 TA : 2017/2018 PRODI : Komunikasi dan Penyiaran Islam
NAMA : HERU ANGGA SETIAWAN SMT : SEMESTER GENAP NAMA DPA : ANISAH INDRIATI

No.	Nama Mata Kuliah	SKS	Kls	Jadwal Kuliah	No. Ujian	Pengampu	Paraf UTS	Paraf UAS
1	Skripsi/Tugas Akhir	6	A	SAB 12:30-13:30 R: PD-310	0	Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum

Catatan Dosen Penasihat Akademik:

Mahasiswa

HERU ANGGA SETIAWAN
NIM: 13210052

Sks Ambil : 6/16



1/1

13/02/2018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3. Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**



SERTIFIKAT

Nomor: B-317.1/UIN.02/L.3/PM.03.1/P4.155/2016

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

Nama	: Heru Angga Setiawan
Tempat, dan Tanggal Lahir	: Toboali, 21 Agustus 1995
Nomor Induk Mahasiswa	: 13210052
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2015/2016 (Angkatan ke-90), di :

Lokasi	: Blembem Lor
Kecamatan	: Pakem
Kabupaten/Kota	: Kab. Sleman
Propinsi	: D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juli s.d. 25 Agustus 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,66 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status matakuliah intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.




Yogyakarta, 12 Oktober 2016

Ketua,



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

4. Sertifikat ICT



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data

SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00/9/2.21.5.31/2017

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Heru Angga Setiawan

NIM : 13210052

Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi

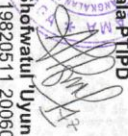
Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	75	B
2.	Microsoft Excel	35	E
3.	Microsoft Power Point	80	B
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	72.5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

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





Yogyakarta, 26 Oktober 2017


Kepala PTIPD

Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.

NIP. 19820511 200604 2 002







5. Sertifikat TOEC



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

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.5.133/2017

This is to certify that:

Name : **Heru Angga Setiawan**
Date of Birth : **August 21, 1995**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **November 17, 2017** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	45
Total Score	437

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, November 17, 2017
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1.005



6. Sertifikat IKLA

وزارة الشؤون الدينية
جامعة سونان كاليجاتا الإسلامية الحكومية بجوكجاكرتا
مركز التنمية اللغوية



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.6.8/2017

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Heru Angga Setiawan :

تاريخ الميلاد : ٢١ أغسطس ١٩٩٥

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٧ نوفمبر ٢٠١٧، وحصل على
درجة :

٤٠	فهم المسموع
٣٠	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٤	فهم المقروء
٣١٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٧ نوفمبر ٢٠١٧
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ág.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥



7. SOSPEM



8. OPAK

SERTIFIKAT

No : /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13
diberikan kepada :

Haru Ananta Setiawan
sebagai :
PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
2013
dengan tema :
"Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah Wa Al-Jama'ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan"

Mengetahui,
Wakil Rektor I
Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Mengetahui,
Merepresentasikan,
Presiden MA UIN Sunan Kalijaga

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Dawamun Ni'am A
Ketua

Saifudin Anwar
Sekretaris

Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013
Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013

9. BTQ



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281
email: fd@uin.suka.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-22/Un.02/DD.4/TU.00/09/2017

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Heru Angga Setiawan
Nomor Induk Mahasiswa : 13210052
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan / Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Berdasarkan Keterangan, bahwasannya mahasiswa yang telah mengikuti ujian susulan baca tulis al-Qur'an (BTQ) pada hari Senin, 27 September 2017 dengan predikat lulus (skor: 90). Surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagai syarat pendaftaran munaqosah.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 27 September 2017

a.n Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan
dan Kerjasama

Abdur Rozaki

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

10. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230, email: fd@uin-suka.ac.id

Yogyakarta, 10 Oktober 2017

Nomor : B- 374 /Un.02/DD.1/PN.01.1/10/2017
Lampiran : 1 (satu) bendel
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan tugas akhir/ skripsi penelitian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

Nama : **Heru Angga Setiawan**
NIM/ Jurusan : 13210052/ **KPI**
Semester : IX (Sembilan)
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/ tanggal lahir : Toboali, 21 Agustus 1995
Lokasi Penelitian : Fakultas Dakwah dan Komunkasi
Metode Penelitian : Kuantitatif
Waktu Penelitian : Oktober - November
Pembimbing : **Dr. Khadiq, S.Ag. M.Hum**
Judul : **Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompot Dhuafa (@dompot_dhuafa)**

Kami mohon agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data. Demikian, atas ijin dan kerja sama kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang
Akademik dan Pengembangan
Lembaga



Dr. H. M. Kholili, M.Si
19590408 198503 1 005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Heru Angga Setiawan
Tempat/Tgl. Lahir : Toboali, 21 Agustus 1995
Alamat : Jalan Teladan Dalam 2, Toboali, Bangka Belitung
Nama Ayah : Singkir
Nama Ibu : Haryani
Email : heruasetiawan@gmail.com
No. Hp : 085962362576

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Normal

- a. SD Negeri 7 Toboali, Tahun Lulus 2007
- b. SMP Negeri 1 Toboali, Tahun Lulus 2010
- c. SMA Negeri 1 Toboali, Tahun Lulus 2013

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 20 Februari 2018

Heru Angga Setiawan