

**EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @INFOSUMBAR
DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
PADA MAHASISWA MUSLIM
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera
Barat di Yogyakarta)**



SKRIPSI

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

Oleh:

RAHMI WENNADIA PUTRI

NIM 14210025

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



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-763/Un.02/DD/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @INFOSUMBER DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA MAHASISWA MUSLIM (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAHMI WENNADIA PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 14210025
Telah diujikan pada : Senin, 03 Agustus 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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: 5f5841f6d4654



Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 5f584d092841e



Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f53a5366e248



Yogyakarta, 03 Agustus 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 5f6ac278d07cc



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

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama : Rahmi Wennadia Putri

NIM : 14210025

Judul Skripsi : Efektivitas Akun Instagram @infosumbar dalam
Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi
Sumatera Barat di Yogyakarta)

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 I Pendidikan.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut diatas dapat
segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 10 Juli 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 199303 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmi Wennadia Putri
NIM : 14210025
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Efektivitas Akun Instagram @infosumbar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)*" adalah hasil karya peneliti sendiri bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan dan apabila di lain waktu terbukti ada penyimpangan dalam penyusunan karya ini, maka tanggungjawab ada pada peneliti.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, Juli 2020

Hormat saya,



Rahmi Wennadia Putri

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmi Wennadia Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 16 Juli 1996
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Alamat : Komp. Bumi Minang II blok G No. 6,
Kelurahan Korong Gadang, Kecamatan Kuranji,
Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat

Bahwa saya menerima resiko apapun yang berkaitan dengan pemakaian foto berjilbab pada ijazah dan tidak akan menuntut pihak UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jika dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan hal tersebut.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Rahmi Wennadia Putri

v

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini dengan hormat dan cinta kasih kepada:

Ibu dan Ayah, yang luar biasa hebat dan menjadi sumber motivasi dan inspirasi.

Terima kasih karena terus melimpahkan begitu banyak kasih dan sayang.

Uda Fadhil, si sulung yang begitu pengertian.

Wiqey, dan Faiz-ku, *thank you for everything* ya, Adik!

And last but not least, terima kasih banyak untuk diri ini, pikiran ini, perasaan ini,

terima kasih karena sudah sangat kuat.

Maaf selama ini sering *ng-push*, ya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“La vida está llena de sorpresas, algunas buenas, otras no tan buenas.”

- Pablo Escobar -



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. yang telah membawa pencerahan ke muka bumi.

Atas rahmat dan karunia-Nya, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Efektivitas Akun Instagram @infosubar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat)”*** sebagai karya ilmiah untuk memenuhi sebagian syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata I Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dan penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dorongan serta dukungan moril dan juga materil. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Nanang Miwar Hasyim, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penasihat Akademik. Terima kasih atas segala bimbingan, saran beserta arahnya untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Muhammad Sahlan, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas bimbingan, kritik serta sarannya selama penulisan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan/ti Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ayahanda Adril dan Ibunda Welda Mukhlis. Terima kasih selalu memberikan do'a serta dukungan moril dan materil. Tiada kata yang mampu mewakili segala bentuk kasih dan sayang yang tiada henti di berikan.
8. Uda Fadhil, Wiqey dan Faiz. Terima kasih sudah menjadi sumber semangat.
9. Serta semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu per satu. Terima kasih atas semuanya.

Kiranya tidak ada balasan yang lebih baik kecuali datang dari-Nya. Terima kasih atas segalanya. Kesempurnaan hanya milik-Nya dan kebenaran datang dari-Nya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis sendiri.

Yogyakarta, Juli 2020

Hormat Saya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rahmi Wennadia Putri

ABSTRAK

Rahmi Wennadia Putri, 14210025, Skripsi: Efektivitas Akun Instagram @infosumbar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @infosumbar dalam hal ini adalah mahasiswa dan mahasiswi yang bertempat tinggal di Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 40 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Skala Likert. Dari hasil perhitungan efektivitas akun Instagram @infosumbar diperoleh sebesar 74,45% yang dikategorikan tinggi, dan pemenuhan kebutuhan informasi diperoleh sebesar 77% dan dikategorikan tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @infosumbar efektif dalam memberikan dampak yang positif pada pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa muslim

Kata Kunci: Efektivitas, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Instagram.

ABSTRACT

Rahmi Wennadia Putri, 14210025, Paper: Instagram Account @Infosumbar Effectiveness in Fulfillment Information Needs of Muslim Student (Quantitative Descriptive Study of West Sumatera Province Student Dormitory), Islamic Communication and Broadcast Studies, Faculty of Dakwah and Communication Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta, 2020.

This study aims to determine how much Instagram account @infosumbar effectiveness in fulfillment information needs of followers. This study uses a descriptive quantitative method. The population this study are followers Instagram account @infosumbar which this case students who reside in West Sumatera Province Dormitory in Yogyakarta. samples taken as 40 respondents using nonprobability sampling technique. The data analysis technique used is Likert scale. The results of Instagram account @infosumbar by 74,45% in high categorized, and fulfillment information needs of 77% in high categorized. This research conclude that Instagram account of @infosumbar effective in this caase give a positive in fulfillment information needs.

Keywords: Effectiveness, fulfillment information needs, Instagram.

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori	10

1. Teori Efektivitas	10
2. Media Sosial	13
3. Teori Uses and Gratifications	15
4. Kebutuhan Informasi	18
F. Sistematika Pembahasan	21
BAB II : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Analisis Penelitian	23
B. Variabel Penelitian	24
1. Variabel Bebas.....	24
2. Variabel Terikat.....	24
C. Definisi Konseptual dan Operasional	24
1. Definisi Konseptual	24
2. Definisi Operasional	26
D. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	30
3. Teknik Sampling	31
E. Instrumen Penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Observasi	34
2. Kuisisioner (angket).....	35

3. Studi Pustaka	35
G. Validitas dan Reliabilitas	35
1. Validitas.....	35
2. Reliabilitas.....	40
H. Analisis Data	42
1. Skala Pengukuran	42
2. Teknik Pengolahan Data.....	43
3. Analisis Data Kuantitatif	45
4. Pengukuran Efektivitas.....	46

**BAB III : GAMBARAN UMUM MAHASISWA PROVINSI SUMATERA
BARAT YOGYAKARTA DAN AKUN INSTAGRAM
@INFOSUMBAR**

A. Gambaran Umum Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	48
1. Letak Geografis Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	49
2. Visi Organisasi Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	49
3. Misi Organisasi Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	49
4. Tujuan Organisasi Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	50
5. Program Kerja Organisasi Asrama Mahasiswa Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta	50

B. Gambaran Umum Akun Instagram @Infosumbar	51
1. Sejarah Akun Instagram @infosumbar	51
2. Fitur Akun Akun Instagram @infosumbar.....	52
3. Konten Akun Instagram @infosumbar.....	55

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden	64
B. Tanggapan Responden tentang Efektivitas Akun Instagram @infosumbar	66
C. Tanggapan Responden tentang Pemenuhan Kebutuhan Informasi	77
D. Analisis Deskriptif.....	88
1. Analisis Variabel X (Efektivitas Akun Instagram @infosumbar	88
2. Analisis Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim)	89
E. Pengukuran Efektivitas	89

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	93
1. Dimensi Internalisasi	93
2. Dimensi Identifikasi Diri	93
3. Dimensi Ketundukan	94

4. Dimensi <i>Current Need Approach</i>	95
5. Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>	96
6. Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>	96
7. Dimensi <i>Catching-up Need Approach</i>	97
B. Saran	98
1. Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>	98
2. Dimensi Ketundukan	98
C. Kata Penutup	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Bagan Teori <i>Uses and Gratifications</i>	17
Tabel 2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3	Hubungan antara Variabel, Indikator dan Pengukuran	33
Tabel 4	Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 5	Uji Validitas Variabel Efektivitas Akun Instagram @infosumbar	37
Tabel 6	Uji Validitas Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Muslim.....	37
Tabel 7	Distribusi Item Pernyataan	39
Tabel 8	Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Akun Instagram @infosumbar	41
Tabel 9	Uji Reliabilitas Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Muslim.....	42
Tabel 10	Kriteria Analisis Persentase.....	46
Tabel 11	Tingkat Efektivitas Berdasarkan Posisi Kuartil.....	47
Tabel 12	Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 13	Responden Jenis Kelamin.....	65
Tabel 14	Statistik Mean dan Median Dimensi Internalisasi.....	67
Tabel 15	Jawaban Responden pada Dimensi Internalisasi	67
Tabel 16	Statistik Mean dan Median Dimensi Identifikasi Diri.....	70

Tabel 17	Jawaban Responden pada Dimensi Identifikasi Diri.....	70
Tabel 18	Statistik Mean dan Median Dimensi Ketundukan.....	74
Tabel 19	Jawaban Responden pada Dimensi Ketundukan.....	74
Tabel 20	Statistik Mean dan Median <i>Dimensi</i> <i>Current Need Approach</i>	77
Tabel 21	Jawaban Responden pada Dimensi <i>Current Need Approach</i>	78
Tabel 22	Statistik Mean dan Median Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>	80
Tabel 23	Jawaban Responden pada Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>	80
Tabel 24	Statistik Mean dan Median Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>	83
Tabel 25	Jawaban Responden pada Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>	83
Tabel 26	Statistik Mean dan Median Dimensi <i>Catching-up Need Approach</i>	86
Tabel 27	Jawaban Responden pada Dimensi <i>Catching-up Need Approach</i>	87
Tabel 28	Distribusi Nilai Skor Variabel Efektivitas Akun Instagram @infosumbar	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna Internet berdasarkan Negara di Seluruh Dunia.....	2
Gambar 2	Profil Akun Instagram @infosumbar	51
Gambar 3	Fitur Instagram <i>Story</i>	54
Gambar 4	Beberapa contoh Konten Akun Instagram @infosumbar.....	60



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

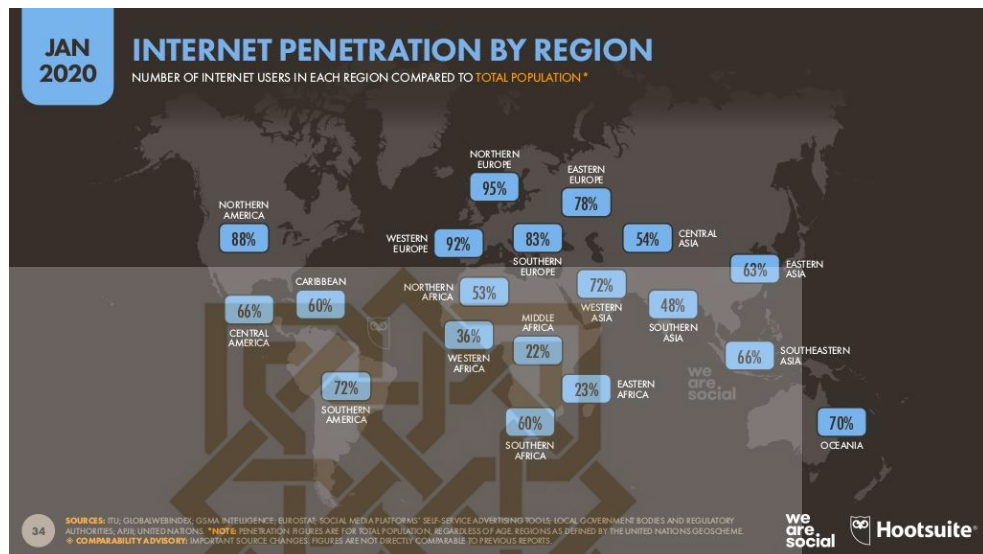
A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, teknologi bertumbuh dengan sangat pesat. Peristiwa ini memiliki hubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi. Demi melengkapi kebutuhan tersebut, manusia menggunakan berbagai cara dalam menggunakan media. Salah satu kebutuhan manusia adalah keingintahuan akan informasi. Informasi-informasi tersebut tentunya diperoleh baik melalui media massa yang meliputi (televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid dan film), serta media nirmassa yang terdiri dari (surat, telepon, telegram, poster, spanduk dan lain sebagainya).

Saat ini, media komunikasi yang berkembang sangat pesat adalah media *online* (surat kabar *online*). Dengan media *online*, informasi dari belahan dunia manapun dapat diperoleh. Kecepatan dan ketangkasan yang tinggi dalam memberikan informasi, membuat media *online* banyak digunakan oleh masyarakat sekarang ini. Fenomena ini dapat dibuktikan dengan penggunaan internet di Indonesia yang tinggi berdasarkan hasil *survey* yang di riset oleh *we are social* pada tahun 2019.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 1. Pengguna Internet berdasarkan Negara di Seluruh Dunia



Sumber: We are social.

Hasil survey diatas menyatakan bahwa Indonesia pada statistik tersebut tergabung dalam *South-Eastern Asia* (Asia Tenggara) berada di bilangan mencapai 66%, yang mana kedudukannya persis sama dengan persentase yang dimiliki *Central America*. Sedangkan peringkat teratas pengguna internet berada di dunia belahan utara, yaitu *Northern Europe*, yakni sebesar 95% dan yang terendah ditempati oleh *Middle Africa* dengan persentase sebesar 22%. Asia Tenggara menduduki urutan ke-9 dari total 19 bagian yang diriset oleh *hootsuite (we are social)* yang menjadi situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring (*online*) yang terhubung dengan situs jejaring sosial seluruh dunia. Dengan demikian Asia Tenggara berada dititik tengah dari pengguna internet negara di seluruh penjuru dunia.¹

Selepas penemuan komputer pada tahun 1960-an dan kian berkembang hingga pada tahun 1990-an sampai melahirkan teknologi internet, bahkan para ahli pun tercengang karena begitu pesatnya perkembangan teknologi ini. Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan variasi

¹ We Are Social, "Digital in 2020", <https://wearesocial.com/digital-2020>, diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 10.55 WIB.

programnya yang menjadikan bumi ini dalam cengkraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dan realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas yang materialistis dan tercipta dalam kehidupan maya. Realitas ini bukan mistik, juga khayalan, namun benar-benar jelas dan nyata adanya. Akses internet yang pada awalnya menggunakan komputer yang hanya mampu diakses di rumah. Akan tetapi seiring kemajuan timbul lah perangkat (*smartphone*) yang dapat mengakses internet tanpa adanya batasan. Kehadiran *smartphone* akses internet menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Siapapun dapat mengakses informasi melalui internet tanpa terbatas ruang dan waktu, tak terkecuali bagi mahasiswa perantauan seperti mahasiswa asal Sumatera Barat yang mengenyam pendidikan di Kota Pelajar, Yogyakarta ini yang mana notabennya melakukan akses dalam kepentingan apapun setiap saat. Dengan hal ini pengguna internet pun meningkat setiap tahunnya seiring tingkat kemudahan yang jauh lebih baik dari masa-masa sebelumnya.

Layanan yang diberikan oleh Internet mencakup *e-mail*, *Netnews*, *Telnet*, *File Transfer Protocol* (FTP) dan *world wide web* (www), di mana yang paling banyak digunakan adalah *e-mail* serta *www*. Perkembangan lain dari internet adalah mesin pencari dan lacak, seperti *browsers* dan *search engines*. Ini memiliki fungsi *hyperlink* multimedia, yang membantu para penggunanya untuk melakukan *browsing* secara cepat dan sistematis. Para pengguna juga dapat berpindah-pindah di antara hubungan-hubungan yang ada, membaca, mendengarkan dan mencetak seolah-olah mereka berada diperpustakaan. Lebih dari itu, mereka dapat mencari informasi yang relevan dengan menyaring sekumpulan besar data. Pekerjaan-pekerjaan yang dicari, didukung, dimana yang menerima tidak lagi menerima apa yang diberitakan, melainkan mencari atau mengirimkan informasi yang relevan.²

² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, ed. 1, cet. 7, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm. 137.

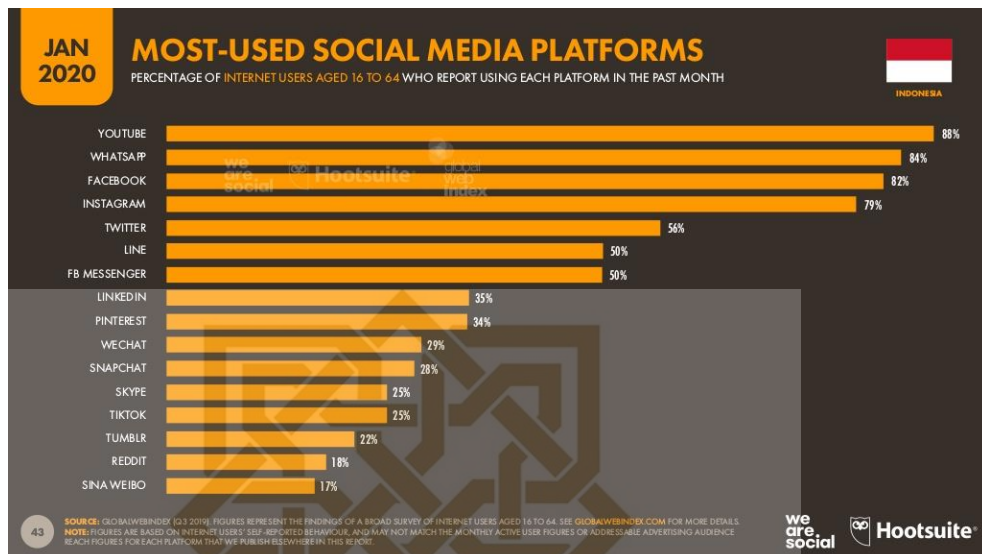
Keberadaan media *online* tidak terbatas ruang dan waktu sehingga penggunaanya dapat menggunakan dimanapun dan kapanpun yang mereka kehendaki. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Pada saat ini, media *online* menjadi alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya. Khalayak media *online* biasanya adalah orang yang melek akan teknologi karena dalam pengoperasiannya media *online* menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Dengan menggunakan media *online*, perhatian khalayak tertuju pada berita apa yang akan dicari, tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak. Khalayak juga bisa keluar masuk sesuai dengan apa yang ingin dilihat dan dibaca.

Salah satu media *online* yang seringkali diakses oleh mahasiswa adalah Instagram yang merupakan media *online* nasional yang memiliki beragam informasi. Instagram tahun 2010, perusahaan *Burbn.inc* merupakan sebuah perusahaan yang berfokus untuk pengembangan aplikasi telepon genggam. Pada awalnya mereka hanya fokus untuk HTML5 *mobile*. Dalam perkembangannya kedua CEO Mike Krieger dan Kevin Systrom memutuskan untuk lebih fokus pada satu bagian saja.³ Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto dan video. Di Indonesia saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat dengan persentase pengguna jejaring setiap *platform* sebesar 79%, yang berada pada urutan ke-4 terbesar setelah Youtube (88%), Whatsapp (84%) dan Facebook (82%) dari total 160 juta *users*. Yang mana semua data yang direkap berdasarkan *survey* oleh *we are social* sebagai berikut⁴:

³ Faiza Nugra Arifin, *Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*, e-Proceeding of Management, vol. 2, no.3, (Bandung: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2015), hlm. 3973.

⁴ We Are Social, *"Digital in 2020"*, <https://wearesocial.com/digital-2020>, diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 11.26 WIB.

Gambar 2. Pengguna *Platforms* Media Sosial di Indonesia



Suber: We are social.

Akun Instagram @infosumbar merupakan salah satu media *online* yang ada di Indonesia yang banyak diakses oleh banyak pengguna jejaring media sosial khususnya oleh mahasiswa asal Sumatera Barat yang tersebar diseluruh Indonesia salah satunya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dengan jumlah kurang lebih 770.000 pengikut⁵, akun Instagram @infosumbar saat ini menjadi salah satu akun Instagram bisnis bergengsi terlihat pada halaman profil akun yang menyediakan format *contact* dan *highlight* media partner, untuk memudahkan akses *company* manapun yang hendak melangsungkan kerjasama dengan akun Instagram @infosumbar. Akun Instagram @infosumbar menyediakan informasi apapun setiap harinya, baik melalui Instagram *feed* atau Instagram *story*-nya. Akun Instagram @infosumbar mempunyai banyak konten yang akan menarik dan menambah informasi penggunanya, salah satunya adalah info grafis tentang sejarah, fakta unik, bahkan ragam bahasa berbeda disetiap sudut daerah Provinsi Sumatera Barat. Akun ini juga memberikan informasi terkait perkiraan cuaca dari sumber terpercaya seperti BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi dan

⁵ Instagram, Akun Instagram @infosumbar, <https://www.instagram.com/infosumbar/>, diakses pada 14 Agustus 2020 pukul 12.29 WIB.

Geofisika) tetap dengan tampilan menarik berupa info grafis-nya. Sebagai media *online*, akun Instagram @infosumbar memberikan berbagai informasi yang ditujukan untuk khalayak. Pengguna media *online* akun Instagram @infosumbar dapat langsung mengakses dimanapun dan kapanpun mereka berada, tidak terkecuali bagi mahasiswa Sumatera Barat di Yogyakarta, baik yang berasal dari komunitas, Institusi, Asrama Provinsi/Kabupaten serta mahasiswa yang tidak tergabung kedalam keduanya namun tergabung dibawah payung Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa (IKPM) Sumatera Barat Yogyakarta. Informasi berupa berita pun mencakup hampir semua aspek, salah satunya aspek religi yang mana dapat langsung diterima dan diterapkan oleh masyarakat muslim secara keseluruhan tak terkecuali oleh mahasiswa muslim asal Sumatera Barat yang tersebar di Yogyakarta.

Berdasarkan fenomena yang ada, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana akun Instagram @infosumbar dapat memilih secara tepat tujuan dari serangkaian alternatif dan pilihan yang ada untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang pada saat ini dikhususkan kepada mahasiswa muslim Sumatera Barat yang sedang menempuh studi di Yogyakarta. Penelitian ini sekaligus ingin mengetahui seberapa efektif akun Instagram @infosumbar dalam pemenuhan kebutuhan informasi dalam hal ini adalah informasi keislaman yang didapatkan *followers* terkait konten berita yang disajikan akun Instagram @infosumbar. Jadi penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan “*seberapa efektif akun Instagram @infosumbar dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa muslim Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta*”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa muslim Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa hasilnya akan memberi kegunaan bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan, seperti:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan ataupun acuan bagi mahasiswa yang ingin meneliti objek yang sekiranya memiliki relevansi serta diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan yang terkait dengan ilmu komunikasi pada umumnya, seperti media sosial khususnya Instagram.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini supaya dapat mengetahui seberapa tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa muslim Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta. Hal ini juga berguna bagi

pihak terkait yakni akun Instagram @infosumbar untuk mengetahui seberapa efektif postingannya dalam memenuhi kebutuhan informasi pada mahasiswa khususnya mahasiswa muslim Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta.

D. Kajian Pustaka

Peneliti sebelumnya melakukan kajian pustaka atau telaah pustaka untuk menambah kajian serta referensi dalam penelitian. Kajian pustaka berfungsi untuk menjelaskan kapasitas dan tumpuan peneliti di tengah penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti lain. Beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

1. Penelitian pertama adalah skripsi yang disusun oleh Sdri. Shevina Griselda yang berjudul “Efektivitas Akun Instagram @komplek.hindunanisah dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pesantren Tahfidz (Studi deskriptif kuantitatif kepada *followers* akun Instagram @komplek.hindunanisah)”. Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2018) ini adalah untuk mengukur seberapa besar tingkat efektivitas akun Instagram @komplek.hindunanisah dalam pemenuhan kebutuhan informasi pesantren *tahfidz followers*. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dan Teori Efektivitas oleh Ashley Montagu. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan populasi *followers* akun Instagram @komplek.hindunanisah secara keseluruhan dan sampel yang diambil sebanyak 130 responden menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah dengan total persentase 70.2% yang menunjukkan skala efektif. Dengan kesimpulan konten-konten yang di sajikan oleh akun Instagram @komplek.hindunanisah

sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akan informasi *tafidz*. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan Teori Efektivitas dan teknik pengumpulan data yang sama yaitu *nonprobability sampling*. Hal yang menjadi pembeda adalah penelitian ini tidak menggunakan Teori Hierarki Kebutuhan Maslow.

2. Penelitian selanjutnya adalah skripsi yang disusun oleh Sdri. Aprina Junika mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau (2016) jurusan Ilmu Komunikasi dengan judul “Efektivitas Akun Twitter @infoPKU Sebagai Media Informasi *Online* di Pekanbaru”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki seberapa efektif akun Twitter @infoPKU menjadi media informasi *online* di Provinsi Pekanbaru. Teori utama yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Efektivitas Komunikasi serta Teori Media Baru sebagai teori pendukung. Metode penelitiannya yakni kuantitatif yang mana teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner oleh *google doc* dan dibagikan kepada ratusan pengikut Twitter @infoPKU. Data yang didapatkan menggunakan teknik *random sampling*. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas Twitter @infoPKU sebagai penyedia informasi media di Pekanbaru dianggap efektif. Hal ini telah di buktikan oleh hasil pengumpulan data yang telah diukur dengan indikator yang telah dibuat, menghasilkan nilai sebesar 3.90 yang berada dalam rentang skala efektif. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan adalah sama-sama meneliti tentang efektivitas media sosial. Hal yang membedakan adalah teknik *sampling*.
3. Penelitian ketiga yang disusun oleh Sdr. Faisa Nugra Arifin, mahasiswa Universitas Telkom (2015) Fakultas Komunikasi dan Bisnis program studi Ilmu Komunikasi dengan judul penelitian yaitu

“Efektivitas Akun Instagram @filmnasiona1 Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas akun Instagram @filmnasiona1 dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya. Teori yang digunakan adalah Teori Efektivitas sebagai teori tunggal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penggunaan paradigma positivisme dan populasinya adalah *followers* akun Instagram @filmnasiona1. Sebanyak 392 responden dengan teknik pengumpulan data *nonprobability sampling* serta data yang digunakan dalam teknik analisis adalah deskriptif, *rank mean order*, uji normalitas dan uji t. Hasil dari penelitian ini adalah dengan total persentase 76,44%. Berdasarkan persentase skor tersebut keduanya berada pada interval 62,50%-81,25% yang berarti “tinggi” dan “efektif”, serta berdasarkan hasil pengolahan uji t menghasilkan nilai t hitung > t tabel ($29,115 > 1,966$) yang mana kedua hasil tersebut menunjukkan efektivitas akun Instagram @filmnasiona1 sudah efektif terhadap pemenuhan kebutuhan *followers*. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan Teori Efektivitas serta pada teknik pengumpulan data yaitu *nonprobability sampling*. Sementara hal yang menjadi perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini tidak menggunakan teknik analisis *rank mean order*, uji normalitas dan uji t.

E. Kerangka Teori

1. Teori Efektivitas

Manusia belajar menjadi manusia melalui komunikasi itulah pengertian komunikasi efektif menurut Ashley Montagu. Layaknya seorang anak kecil yang lahir bagai seonggok daging sampai ia belajar mengungkapkan perasaan dan kebutuhannya melalui tangisan, tendangan,

bahkan dengan senyuman.⁶ Seperti halnya terjadi di kehidupan manusia pada umumnya, manusia dengan sadar sering salah menafsirkan pesan komunikasi yang ia terima, misalnya dengan cara menyalahkan lingkungan, keadaan bahkan orang lain.

Paling tidak ada 5 (lima) tanda-tanda komunikasi efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss⁷, yaitu :

a. Pengertian

Yang dimaksud pengertian disini adalah penerimaan yang cermat dari isi stimulus seperti yang dimaksud oleh komunikator, bahwasannya betapa sering hal yang semestinya tidak di duga bisa terjadi hanya karena pesan yang diartikan lain oleh orang yang kita ajak bicara. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (*primary breakdown in communication*).

b. Kesenangan

Komunikasi ini lazim disebut komunikasi fatis (*phatic communication*), dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan suatu hubungan tersebut hangat, akrab, dan menyenangkan. Sejatinya tidak semua komunikasi diajukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian.

c. Mempengaruhi sikap

Seringkali kita melakukan komunikasi untuk memengaruhi orang lain. Khatib, politisi, guru, bahkan pemasang iklan reklame juga berperan aktif dalam memengaruhi komunikan melalui pesan yang

⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, cet. 27, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 12.

⁷ *Ibid*, hlm 13-16.

disampaikan. Hal tersebut adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikan. Persuasi didefinisikan sebagai “proses memengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri” (*Kamus Ilmu Komunikasi, 1979*).

d. Hubungan sosial yang baik

Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memusatkan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (kontrol), dan cinta serta kasih sayang (*affection*). Manusia selalu memiliki hasrat untuk bergabung dan berhubungan dengan orang lain, ingin mengendalikan dan dikendalikan, dan ingin mencintai dan dicintai. Kebutuhan sosial ini hanya dapat dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif.

e. Tindakan

Menimbulkan tindakan nyata memang indikator efektivitas komunikasi yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil terlebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil kumulatif dari seluruh proses komunikasi.

Sementara itu dari sudut pandang Kelman dari komponen komunikan, komunikasi yang efektif akan terjadi jika komunikan mengalami:

internalisasi (*internalization*), identifikasi-diri (*self identification*) dan ketundukan (*compliance*)⁸, yaitu :

a. Internalisasi

Internalisasi adalah penanaman hal baik berupa sikap, perilaku atau nilai dasar Pancasila pada diri seseorang. Sedangkan keberadaan proses Internalisasi dalam sebuah pesan yang hendak disampaikan menurut Kelman adalah bila komunikan menerima pesan yang sesuai, memperoleh suatu manfaat, pesan memiliki rasionalitas serta menerima semua hal tersebut dari komunikator yang memiliki *ethos and credibility* (keahlian dan dapat dipercaya).

b. Identifikasi Diri

Komunikator lalu merasakan kepuasan dan mengambil ide serta pikiran, kemudian meniru perilaku komunikator lalu setelah itu melakukan hal yang sama, saat itulah muncul yang namanya identifikasi (yang muncul dari) diri komunikan dan kemudian bereaksi. Dalam hal ini komunikator dituntut memiliki daya tarik (*attractiveness*) upaya *branding* diri.

c. Ketundukan

Ketundukan atau ketaatan memiliki beberapa indikator penilaian agar pesan komunikasi yang disampaikan efektif, yang pertama yaitu saat pesan yang disampaikan memiliki reaksi menyenangkan terhadap komunikan. Kedua yaitu pada saat komunikator dapat memberikan reaksi yang positif pula dengan perolehan reward misalnya. Ketaatan atau ketundukan dapat berlangsung ketika komunikator memiliki

⁸ Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, cet. 3, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 74-75.

power untuk mengontrol *followers*. Sebagai penguasa, komunikator memiliki standar dalam penilaian norma (beretika).

2. Media Sosial

Komputer dan Internet menghadirkan cara baru jurnalisme dalam memproses, memproduksi, dan menyebarkan berita. Salah satunya media massa, yang mana dewasa ini sangat membantu memenuhi kebutuhan manusia akan berbagai hal. Media *online* adalah salah contoh media yang tergolong paling baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan fungsi media massa lama namun hanya mensubstitusinya.

Kapabilitas teknis Internet dikembangkan lalu berita-berita di-*online*-kan dengan tampilan isi, spesifikasi dalam keunikan dunia Internet. Produksi dan konstruksi kisah berita memakai fitur-fitur yang baru, juga menawarkan khalayak untuk berpartisipasi, berbagi serta bergabung dalam proses penyebaran berita.⁹

Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa. Jadi sifat dari audiens massa umpamanya: khalayak terdiri dari jumlah yang besar, informasi pemberitaan dapat ditangkap dari berbagai tempat, memiliki pilihan antara ingin berinteraksi atau tidak, terdiri dari berbagai lapisan yang sangat heterogen, dan tidak terorganisir dan bergerak sendiri.¹⁰

Internet adalah bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon. Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini dalam cengkraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah

⁹ Septiawan Santana K., *Jurnalisme Kontemporer*, ed. 2, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hlm. 231.

¹⁰ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, hlm. 75-77.

teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materialistis yang tercipta dalam dunia maya. Bukan realitas yang mistis atau khayalan, namun benar-benar realistik.¹¹

Secara lebih umum, Lucas (2000) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik. Secara garis besar. Teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian; perangkat keras (*hardware*), yang menyangkut pada peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti memori, printer, dan keyboard. Kedua yaitu perangkat lunak (*software*) yang terkait dengan instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi-instruksi tersebut.¹²

3. Teori *Uses and Gratifications*

Pendekatan ini berdasarkan teori pada keyakinan bahwa audiens memiliki seperangkat keinginan yang kompleks untuk mencari kepuasan dalam penggunaan media massa. Selain untuk menjelaskan komunikasi massa, teori ini juga dibangun agar dapat digunakan pada komunikasi tatap muka yang mengajukan asumsi bahwa kita menggunakan hubungan sosial untuk memuaskan kebutuhan dan dorongan pribadi. Model komunikasi ini mengasumsikan komunikan yang hampir sama aktifnya dengan komunikator, hal ini juga menunjukkan bahwa pesan adalah apa yang komunikan ciptakan, bukan apa yang dimaksud oleh komunikator sebenarnya.¹³

¹¹ *Ibid*, hlm. 136.

¹² *Ibid*, hlm. 30.

¹³ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ed. 3, cet. 2, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 244-245.

Menurut teori *Uses and Gratifications*, akun Instagram @infosumbar bukan lagi mementingkan pesan apa yang dibutuhkan oleh *followers*, karena dalam hal ini *followers* telah menciptakan makna pesan yang diterima sesuai keinginannya. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut komunikasi lalu memilih, media apa yang hendak ia gunakan, lalu kemudian menentukan media mana yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan sesuai yang diharapkan. Dengan kata lain komunikasi memiliki hak dan kebebasan dalam menggunakan media, komunikasi memiliki otonomi dan wewenang dalam proses pemanfaatan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Teori *Uses and Gratifications* ini memfokuskan perhatian kepada audiens sebagai pengguna media massa dan bukan terhadap pesan yang disampaikan. Seperti penilaian teori ini bahwa pengguna selaku audiens dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Pengguna dianggap mengetahui kebutuhan mereka serta mampu bertanggungjawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch dalam buku Psikologi Komunikasi yang ditulis oleh Jalaludin Rakhmat menjelaskan perihwal asumsi dasar terhadap Teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak menjadi bagian penting dari penggunaan media massa yang diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk menghubungkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media tergantung pada anggota khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu, dan
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.¹⁴

Dengan kata lain, pengguna media itu adalah orang-orang yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media bertenggang untuk mencari sumber media yang terbaik dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Artinya Teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media. Arti kata, manusia tersebut memiliki hak dan wewenang untuk memperlakukan media. Secara spesifik, Teori *Uses and Gratifications* membawa sudut pandang ekspos terhadap khalayak yang biasa digunakan dalam memahami penggunaan sebuah media, seperti internet.

Konsep dasar teori ini datang dari Katz yang mengenalkan istilah *Uses and Gratifications approach* pada tahun 1959, yang mana bahwa penelitian tentang media tidak lagi bertumpu pada apa yang media lakukan terhadap khalayak, namun lebih menekankan kepada apa yang khalayak lakukan terhadap media. Berikut cakupan pendekatan teori *Uses and Gratifications* oleh Katz, Blumer dan Gurevitch (1974), yaitu :

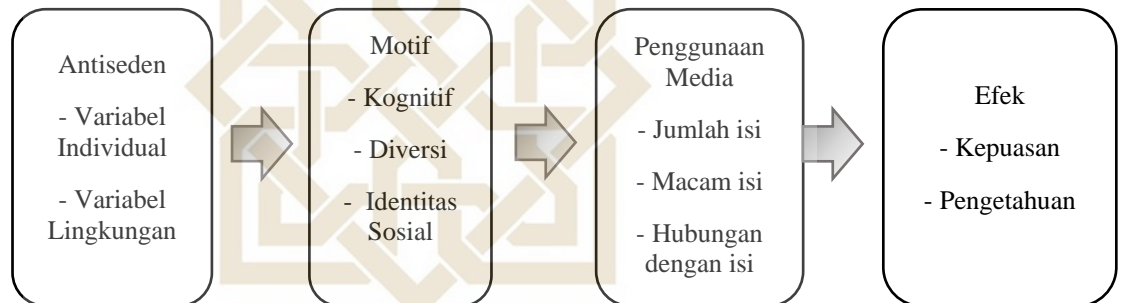
- a. Asal-usul kebutuhan.
- b. Kebutuhan sosial dan psikologis.
- c. Pengharapan yang timbul akibat kebutuhan sosial dan psikologis.
- d. Media massa atau sumber-sumber lainnya yang digunakan.
- e. Perbedaan pola terpaan media akibat keterlibatan dalam aktivitas lain.
- f. Timbulnya pemenuhan kebutuhan.

¹⁴ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 205.

g. Timbulnya akibat yang mungkin tidak direncanakan.¹⁵

Dari sini dapat dipahami untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis orang cenderung menggunakan media dan berharap media tersebut memberikan kepuasan terhadap kebutuhannya antara lain: hiburan, pengetahuan, informasi dan juga berita. Teori ini dapat digambarkan seperti bagan dibawah ini :

Tabel 1. Bagan Teori *Uses and Gratifications*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹⁵ Wa Ode Ferawati, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Babe (Baca Berita Indonesia) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Uses and Gratifications pada Mahasiswa Kota Bandung)*, Skripsi (Bandung, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, University Telkom, 2017).

Media dalam Teori *Uses and Gratifications* adalah akun Instagram @infosumbar. Isi pesan yang dimuat oleh akun @infosumbar berupa konten foto atau video nantinya akan memberikan efek terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa muslim Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta. Efek media dapat dioperasionalkan sebagai bahan evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Misalnya: sampai sejauh apa informasi yang dimuat oleh akun Instagram @infosumbar membantu *followers* memperjelas suatu masalah dalam sebuah berita, sebagai dependensi media misalnya kepada media mana atau isi yang bagaimana *followers* amat bergantung untuk tujuan informasi, dan sebagai pengetahuan apabila yang diketahui *followers* perihal persoalan tersebut.¹⁶

4. Kebutuhan Informasi

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna, lebih berarti dan bermanfaat bagi penggunanya.¹⁷ Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya. Setidaknya yang utama adalah sebagai data dan fakta yang membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjabar hal-hal yang sebelumnya pernah diragukan, sebagai perkiraan untuk peristiwa-peristiwa yang mungkin akan terjadi di kemudian hari. Informasi hanya menjadi sebatas produk sampingan, namun sebagai bahan yang menjadi faktor utama yang menentukan sukses atau gagal, maka dari itu informasi semestinya dikelola dengan baik.

Data dapat diartikan sebagai representasi dunia nyata yang mewakili suatu objek tertentu seperti manusia, hewan, peristiwa, konsep, keadaan dan lain sebagainya yang terekam oleh keadaan dalam bentuk angka,

¹⁶ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 66.

¹⁷ Faisa Nugra Arifin, *Efektivitas Akun Instagram @filnasiona dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, e-Proceeding of Management*, Skripsi, (Bandung: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2015), hlm. 3974.

huruf, simbol, teks, gambar, suara atau kombinasi dan keseluruhan. Data juga menggambarkan kenyataan suatu kejadian dan kesatuan yang nyata.

Menurut Guha ada empat jenis kebutuhan terhadap informasi, yaitu :

a. *Current Need Approach*

Pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang bersifat muthakir . pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu adanya interaksi yang konstan antara pengguna dengan sistem informasi.

b. *Everyday Need Approach*

Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.

c. *Exhaustic Need Approach*

Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik dan lengkap.

d. *Catching-up Need Approach*

Pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.¹⁸

Berdasarkan jenis kebutuhan diatas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan telah dipenuhi apabila seseorang sudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Salah satu cara yang dilakukan dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi adalah dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi dan sumber informasi yang dibutuhkan. Dengan demikian indikator dari terpenuhinya kebutuhan *followers* akan informasi adalah sebagai berikut :

- a. *Followers* mendapatkan informasi terbaru mengenai Provinsi Sumatera Barat.
- b. *Followers* mendapatkan informasi yang spesifik terkait Provinsi Sumatera Barat.
- c. *Followers* mendapatkan informasi Provinsi Sumatera Barat secara cepat.
- d. *Followers* mendapatkan informasi yang mendalam terkait Provinsi Sumatera Barat.
- e. *Followers* mendapatkan informasi lengkap mengenai Provinsi Sumatera Barat.
- f. *Followers* mendapatkan informasi yang ringkas terkait Provinsi Sumatera Barat.¹⁹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹⁸ *Ibid*, hlm. 3974.

¹⁹ Shevina Griselda, *Efektivitas Akun Instagram @komplekhindunanisah dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pesantren Tahfidz (Studi Deskriptif Kuantitatif kepada Followers Akun Instagram @komplekhindunanisah)*, Skripsi (Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 18.

F. Sistematika Pembahasan

Penjelasan tentang sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan yang akan diuraikan dalam laporan penelitian. Laporan penelitian ini direncanakan memuat 5 (lima) bab dengan uraian sistematika pembahasan seperti di bawah ini :

BAB I. Bab ini terdiri tentang garis besar dari laporan penelitian ini, dengan rincian sebagai berikut : *latar belakang masalah* mengenai topik yang akan diteliti. Latar belakang masalah menguraikan hal-hal yang mendasari dilakukannya penelitian ini. Berikutnya adalah *rumusan masalah* yang berisikan pertanyaan penelitian guna untuk menemukan jawabannya. *Tujuan penelitian* berisi mengenai hal-hal yang hendak dicapai dari penelitian ini, yang mana manfaatnya akan dimuat dalam sub *kegunaan penelitian*. Kegunaan penelitian ini memuat tentang manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian ini untuk pihak-pihak yang terkait, kemudian dilanjutkan dengan penelitian-penelitian yang terdahulu yang pernah dilakukan. Dalam sub ini juga membahas teori-teori yang sekiranya relevan dengan penelitian yang dilakukan, seperti teori efektivitas dan teori *uses and gratifications* sebagai teori-teori utama. Bagian penting dari bab ini adalah untuk memperoleh pemahaman serta *kerangka teori* yang menjadi akar dalam melakukan sebuah penelitian.

BAB II. Bab ini berisikan *metode penelitian* yang terdiri dari sub metode-metode penelitian, masing-masing variabel penelitian dan penjabaran definisi secara operasional dari laporan penelitian yang akan disusun. *Objek penelitian* berisi tentang jenis penelitian, sumber data yang dimuat serta teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam laporan penelitian.

BAB III. Dalam bab ketiga terdiri dari gambaran umum dari objek yang diteliti. Dalam bab ini juga dijelaskan sekilas tentang Provinsi Sumatera Barat secara ringkas. Selanjutnya dibahas pula mengenai latar belakang pembuatan Akun Instagram @infosumbar berikut tujuan serta manfaat oleh *followers* akun Instagram tersebut.

BAB IV. Bab ini memuat hasil penelitian berikut pembahasannya. Dalam bab ini juga berisikan uraian tentang hasil penelitian berupa pembahasan terhadap analisis dari data yang diperoleh dan diolah sebelumnya.

BAB V. Bab penutup yang terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian serta saran untuk laporan penelitian selanjutnya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan pada *followers* akun Instagram @infosubar yang berjumlah 40 responden yang ditentukan berdasarkan kriteria yakni merupakan mahasiswa asal Provinsi Sumatera Barat yang menempuh studi di Yogyakarta dan *followers* akun Instagram @infosubar. Berdasarkan pembahasan pada bab diatas untuk kesimpulan per dimensi adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Internalisasi

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari dimensi internalisasi didapatkan nilai total sebesar 3.83 sehingga masuk dalam kategori efektif. Untuk indikator pemahaman pesan didapatkan hasil 3.80 yang masuk dalam kategori efektif. Jadi dapat dikatakan bahwa responden dapat memahami pesan dari akun Instagram @infosubar dengan sangat baik. Sedangkan pada indikator kredibilitas akun Instagram @infosubar mendapatkan hasil sebesar 3.84 yang mana masuk ke dalam kategori efektif. Pada item yang berkaitan dengan penilaian responden terhadap kredibilitas akun Instagram @infosubar mendapatkan hasil yang efektif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut responden akun Instagram @infosubar memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi sebagai sumber informasi.

2. Dimensi Identifikasi Diri

Berdasarkan hasil perhitungan dari dimensi identifikasi diri didapatkan hasil total sebesar 3.73 yang tentu masuk dalam kategori efektif.

Jika dilihat dari indikator kepuasan responden dalam meniru didapatkan hasil sebanyak 3.68 sehingga masuk dalam kategori efektif. Dapat dikatakan bahwa responden puas terhadap pesan yang disampaikan dan menerapkan informasi yang didapat dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian untuk indikator daya tarik akun yang berkaitan dengan tingkat ketertarikan responden pada konten dan potensi Provinsi Sumatera Barat didapatkan hasil sebesar 3.78. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tertarik dengan konten dan pesan yang disampaikan akun Instagram @infosumbar. Menurut responden akun Instagram @infosumbar dapat mengemas informasi dengan kreatif sehingga menimbulkan rasa ketertarikan pada responden. Akses yang dilakukan responden juga menimbulkan ketertarikan terhadap potensi yang dimiliki Provinsi Sumatera Barat. Dengan rasa ketertarikan tersebut maka informasi mengenai perkembangan Provinsi Sumatera Barat bisa sampai dengan baik kepada mahasiswa-mahasiswa perantau.

3. Dimensi Ketundukan

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari perhitungan pada dimensi ketundukan sebesar 3.51 yang mana masuk dalam kategori efektif. Jika dilihat pada indikator reaksi menyenangkan yang dirasakan oleh responden didapatkan hasil sebesar 3.66 yang mana masuk dalam kategori efektif. Dapat disimpulkan bahwa responden merasa senang menjadi *followers* akun Instagram @infosumbar juga dengan efektifnya indikator tersebut menunjukkan bahwa mininya gangguan postingan yang dirasakan oleh responden sebagai *followers*. Kemudian untuk item dari indikator tingkat balasan positif yang didapatkan oleh responden dari akun Instagram @infosumbar mendapatkan hasil sebesar 3.22 yang masuk dalam kategori efektif. Jadi dapat dikatakan bahwa responden kurang mendapatkan balasan positif atau mungkin tidak mendapatkan balasan sama sekali ketika mengirimkan *direct message*.

4. Dimensi *Current Need Approach*

Berdasarkan hasil perhitungan skor rata-rata didapatkan skor rata-rata sebesar 3.97 yang berarti bahwa akun Instagram @infosumbar sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan responden terhadap informasi yang bersifat mutakhir. Dapat dilihat dari indikator kebutuhan akan informasi terbaru, hasil perhitungan item yang terkait penyampaian informasi terbaru oleh akun Instagram @infosumbar sebesar 4.22 yang masuk dalam kategori sangat efektif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa akun Instagram @infosumbar dapat menyampaikan informasi terbaru kepada responden. Sedangkan pada item terkait pemenuhan kebutuhan responden terhadap informasi terbaru dengan hasil perhitungan sebesar 3.72, masuk dalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan responden akan informasi terbaru dari akun Instagram @infosumbar terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa akun efektif untuk memenuhi kebutuhan terbaru responden.

Salah satu tujuan dibuatnya akun Instagram @infosumbar sebagai media yang memberikan wadah kepada masyarakat untuk mengedepankan informasi yang aktual dan faktual. Dengan langkah tersebut pun kebutuhan *followers* akan terpenuhi tanpa harus mencari melalui akun lain.

5. Dimensi *Everyday Need Approach*

Berdasarkan nilai yang di dapat dari perhitungan dimensi *everyday need approach* didapatkan nilai sebesar 3.89 sehingga masuk dalam kategori efektif. Untuk item pernyataan yang mengukur pemenuhan kebutuhan informasi spesifik mendapatkan perolehan nilai sebesar 3.55 yang masuk dalam kategori efektif. Jadi dapat dikatakan bahwa akun Instagram @infosumbar efektif dalam memenuhi kebutuhan responden akan informasi yang bersifat spesifik.

Pada indikator pesan yang didapatkan oleh *followers* didapatkan secara cepat sebesar 4.06 sehingga masuk dalam kategori sangat efektif. Jadi Instagram menjadi media yang benar untuk akun Instagram @infosumbar menyampaikan informasi secara cepat dan pesan yang disampaikan tepat.

Akun Instagram terkait perlu meningkatkan dalam menyampaikan informasi secara cepat melalui Instagram untuk mengikuti tingkat kebutuhan masyarakat. Masyarakat saat ini membutuhkan informasi yang bisa didapatkan secara cepat supaya tidak teringgal informasi penting.

6. Dimensi *Exhaustic Need Approach*

Berdasarkan nilai yang di dapat dari perhitungan dimensi *exhaustic need approach* didapatkan nilai sebesar 3.69 yang masuk dalam kategori efektif. Jika dilihat dari masing-masing indikator yakni mendapatkan informasi yang mendalam mendapatkan skor sebesar 3.71 yang mana masuk dalam kategori efektif. Pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @infosumbar meliputi informasi yang merinci dan juga memenuhi kebutuhan informasi yang luas. Sementara pada indikator kelengkapan akan informasi yang disampaikan memperoleh sebesar 3.70, dengan total skor yang hampir menyentuh standar sangat efektifnya sebuah informasi. Dengan skor tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi yang disajikan oleh akun Instagram @infosumbar telah memenuhi kelengkapan sebuah informasi.

7. Dimensi *Catching-up Need Approach*

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari dimensi *catching-up need approach* didapatkan hasil sebesar 3.88 yang masuk dalam kategori efektif. Jika dilihat pada indikator kebutuhan informasi yang ringkas, pada item yang berkaitan dengan cara akun Instagram @infosumbar mengemas

informasi secara ringkas mendapat nilai 3.90 yang cukup tinggi dan masuk pada kategori efektif. Sehingga dapat dikatakan bahwa akun Instagram @infosumbar dapat mengemas pesan secara ringkas.

Kemudian item yang berkaitan dengan pemahaman responden terhadap informasi ringkas dalam akun Instagram @infosumbar didapatkan hasil sebesar 3.87 masuk dalam kategori efektif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebutuhan responden akan informasi yang ringkas dapat terpenuhi melalui akun Instagram @infosumbar.

Jika dibandingkan antara ketujuh dimensi, hasil perhitungan dari dimensi *Current Need Approach* mendapat posisi tertinggi dengan nilai 3.97. sedangkan yang paling rendah adalah dimensi ketundukan yang hanya mendapatkan perolehan nilai sebesar 3.51. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @instagram efektif memenuhi kebutuhan responden terkait perkembangan informasi dan potensi terbaru dari Provinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan hasil yang telah didapat bahwa akun Instagram @infosumbar mencapai tingkat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi responden terkait informasi dan potensi terbaru Provinsi Sumatera Barat. Dengan demikian tujuan dibuatnya akun tersebut dapat tercapai untuk menyebarkan informasi Provinsi Sumatera Barat secara luas dengan cepat dengan memanfaatkan media sosial.

B. Saran

Dari perhitungan yang telah dilakukan maka akun Instagram @infosumbar efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi responden terkait informasi dan potensi dari Provinsi Sumatera Barat masuk dalam kategori efektif tapi masih

dapat ditingkatkan menjadi sangat efektif jika dilakukan evaluasi. Dengan memperbaiki dimensi-dimensi yang mendapatkan nilai cukup efektif, seperti:

1. Dimensi *Everyday Need Approach*

- a. Kurangnya kesigapan akun Instagram @infosumbar dalam membagikan informasi terbaru yang menghambat responden untuk mendapatkan informasi. Kelebihan Instagram adalah sebagai wadah dalam membagikan informasi secara cepat dan luas namun belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh akun Instagram @infosumbar.
- b. Admin dapat melakukan penambahan personil untuk mengelola akun sehingga mempercepat proses penyampaian informasi.

2. Dimensi Ketundukan

- a. Untuk menghindari kondisi yang dirasakan *followers* maka akun Instagram @infosumbar hendaknya memberikan balasan pada setiap *direct message* yang dikirimkan *followers*. Dengan mendapatkan balasan maka *followers* akan merasa dihargai.
- b. Balasan yang diberikan juga harus menggunakan bahasa yang ramah sehingga menimbulkan perasaan senang bagi pengirimnya. Jika balasan yang diberikan tidak ramah maka hanya akan memberikan kondisi yang membuat *followers* tidak nyaman.

C. Kata Penutup

Puji beserta syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Efektivitas Akun Instagram @infosumbar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)”.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan akan pengetahuan dan kemampuan dalam diri penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik beserta saran dari pembaca.

Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat selama proses penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulii dan juga pembaca.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Faisa Nugraha, *Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, e-Proceeding of Management*, vol. 2:3, 2015.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006
- Azwar, Sarifudin, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Liberti, 1999.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif Kualitatif untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, cet. 2, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, ed. 1, cet. 2, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1999.

Fiske, John, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012.

Ferawati, Wa Ode, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Babe (Baca Berita Indonesia) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Uses and Gratifications pada Mahasiswa Kota Bandung)*, Bandung, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, University Telkom, 2017.

Griselda, Shevina, *Efektivitas Akun Instagram @komplekhindunanisah dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pesantren Tahfidz (Studi Deskriptif Kuantitatif kepada Followers Akun Instagram @komplekhindunanisah)*, Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018.

Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, cet.3, Malang: UMM Press, 2010.

Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, cet. 3, ed. 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Kriyantono, Rachmat, *Teknis Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, ed. 2, cet.7, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010.

Morissan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012.

Muhson, Ali, *Teknik Analisis Kuantitatif*, Jurnal Ilmiah.

Neolaka, Amos, *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, cet. 10, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.

Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PR Raja Grafindo Persada, 2004.

Santana, Septiawan, *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfa Beta, 2010.

Taniredja, Tukiran, *Penelitian Kuantitatif (Suatu Pengantar)*, Bandung: Alfabeta.

Widiyaningsih, Anita, *Pengaruh Efektifitas Website Traveloka terhadap Kepuasan Kebutuhan Informasi Harga Promosi Tiket Pesawat (Studi pada Mahasiswa FISIP Unirta)*, Serang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015.

Yusuf, A. M. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Sumber lain:

Andi.link, “*Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019*”, 9 Februari 2019, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada 26 Juni 2019 pukul 22.05 WIB.

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth. Responden

Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan dengan hormat permohonan kesediaan menjadi Responden untuk penelitian saya yang berjudul: “*Efektifitas Akun Instagram @infosumar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)*”.

Sebelumnya saya mengucapkan banyak maaf apabila kegiatan yang saya lakukan mengganggu aktifitas dunsanak Mahasiswa/i Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta. Adapun kegiatan yang saya lakukan adalah pengambilan data terkait dengan keberlangsungan penyusunan tugas akhir saya.

Penelitian ini semata merupakan penelitian ilmiah untuk menamatkan Program Sarjana Sosial pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Identitas Responden termasuk nama dan alamat dirahasiakan oleh peneliti dan penyebutan hanya dengan inisial.

Atas kesediaan dan partisipasinya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Februari 2020.

Hormat kami peneliti

Rahmi Wennadia Putri

KUISIONER

Petunjuk Pengisian Kuisisioner :

1. Isilah identitas Anda sebagai responden di bagian yang telah disediakan.
2. Bacalah pertanyaan dengan baik dan teliti.
3. Jawablah sesuai dengan keadaan dan pendapat Anda pada saat ini.
4. Jawaban Anda tidak ada yang benar atau salah karena ini bukan ujian atau test, serta tidak perlu bekerjasama dalam proses pengisian angket.
5. Mohon selama proses pengisian angket diisi dengan jujur. Karena penulis menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.
6. Jawablah pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan pilihan Anda dengan memberikan tanda silang (x) di kolom dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. SS : Setuju
 - b. S : Setuju
 - c. N : Netral
 - d. TS : Tidak Setuju
 - e. STS : Sangat Tidak Setuju

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

A. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur : Tahun
Universitas :
Semester :

B. Efektivitas

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memahami informasi yang disampaikan melalui postingan akun Instagram @infosumbar dengan baik					
2	Saya meyakini bahwa akun Instagram @infosumbar tidak menyebarkan postingan berupa informasi dan berita <i>hoax</i> /palsu					
3	Saya meyakini bahwa akun Instagram @infosumbar sebagai sumber informasi Provinsi Sumatera Barat yang terpercaya					
4	Saya merasa puas dengan informasi dan berita yang dibagikan oleh akun Instagram @infosumbar					
5	Saya menerapkan informasi yang didapatkan dari akun Instagram @infosumbar dalam kehidupan sehari-hari					
6	Menurut saya konten yang diposting oleh akun Instagram @infosumbar dikemas dengan kreatif					
7	Setelah mendapatkan informasi dan berita dari postingan akun Instagram @infosumbar, saya menjadi tertarik dengan potensi yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Barat					

8	Saya mem- <i>follow</i> akun Instagram @infosumbar tanpa paksaan dari pihak manapun					
9	Saya tidak pernah merasa terganggu dengan tampilan beranda yang penuh dengan <i>update</i> -an akun Instagram @infosumbar					
10	Saya mendapatkan tanggapan yang baik ketika me- <i>reply</i> / mengirim direct message kepada akun Instagram @infosumbar					

C. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Postingan akun Instagram @infosumbar memberikan informasi serta hal-hal terbaru seputar Provinsi Sumatera Barat					
2	Saya tidak tertinggal informasi dan berita terbaru terkait Provinsi Sumatera Barat dengan mengakses akun Instagram @infosumbar					
3	Saya mengetahui informasi terkait Provinsi Sumatera Barat secara spesifik setelah melihat postingan informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @infosumbar					
4	Instagram merupakan salah satu media online yang membagikan informasi dan berita paling cepat tidak terkecuali untuk Provinsi Sumatera Barat					
5	Postingan akun Instagram @infosumbar dengan cepat memenuhi kebutuhan mahasiswa terkait informasi seputar Provinsi Sumatera Barat					
6	Saya mengetahui kondisi terkait Provinsi Sumatera Barat dengan lebih merinci setelah mengakses					

	postingan akun Instagram @infosumbar					
7	Postingan akun Instagram @infosumbar memberikan informasi yang lebih luas terkait Provinsi Sumatera Barat					
8	Postingan akun Instagram @infosumbar memberikan informasi yang lebih akurat terkait Provinsi Sumatera Barat					
9	Postingan akun Instagram @infosumbar mengemas informasi secara ringkas terkait Provinsi Sumatera Barat					
10	Saya menjadi lebih mudah memahami informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @infosumbar karena dikemas dengan lebih ringkas					



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

No Responden	Efektivitas (X)										Jumlah
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
2	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	39
3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	35
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	43
6	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	35
7	4	4	3	3	3	5	5	5	3	5	40
8	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	40
9	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
10	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	34
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	37
12	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33
13	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	34
14	3	3	5	4	3	4	3	5	3	3	36
15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
16	5	5	5	4	3	3	3	5	1	3	37
17	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
18	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	36
19	1	1	5	3	4	3	4	1	3	4	29
20	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	39
21	5	4	5	4	3	3	4	4	3	3	38
22	4	3	3	3	2	3	2	5	3	3	31
23	3	4	4	4	3	3	5	3	1	1	31
24	3	5	5	4	3	3	5	3	3	3	37
25	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	43
28	5	4	3	4	4	5	4	4	3	3	39
29	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
30	4	5	4	4	2	4	5	5	2	3	38
31	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	37
32	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	41
33	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
34	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	43
35	5	5	5	4	3	3	3	5	1	3	37
36	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
37	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	35
38	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	37

39	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	36
40	3	4	4	4	3	3	5	3	1	1	31

No Responden	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)										Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	39
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	41
6	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
7	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	38
8	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
9	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	33
10	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	34
11	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	34
12	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
13	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
14	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	44
17	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	44
18	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	36
19	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
20	5	3	4	5	5	4	4	3	4	5	42
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	3	5	3	2	4	3	5	3	36
23	3	3	2	5	3	2	3	2	3	3	29
24	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	41
25	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	44
28	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
29	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
30	5	4	2	5	4	4	2	5	4	2	37
31	4	5	3	5	4	3	4	4	5	4	41
32	3	3	4	5	4	3	3	4	4	5	38
33	5	4	2	5	4	4	2	5	4	2	37

34	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	39
35	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	41
36	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	44
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	41
39	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35
40	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	38



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

VARIABEL EFEKTIVITAS (X)

Correlations

		sol1	sol2	sol3	sol4	sol5	sol6	sol7	sol8	sol9	sol10	jumlah _total
sol1	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	1	,609 (**)	,166	,283	,176	,349 (*)	,183	,716 (**)	,091	,098	,665(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol2	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	,609 (**)	1	,453 (**)	,293	,107	,195	,424 (**)	,479 (**)	-	-	,611(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol3	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	,166	,453 (**)	1	,242	,328 (*)	-	,416 (**)	,234	,116	,063	,527(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol4	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	,283	,293	,242	1	,337 (*)	,287	,216	,407 (**)	,159	,129	,555(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol5	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	,176	,107	,328 (*)	,337 (*)	1	,301	,198	,121	,546 (**)	,399 (*)	,611(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol6	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed)	,349 (*)	,195	-	,287	,301	1	,248	,363 (*)	,401 (*)	,064	,509(**)
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol7	Pears on Correl ation	,183	,424 (**)	,416 (**)	,216	,198	,248	1	,036	,217	-	,489(**)

	Sig. (2-tailed)	,259	,006	,008	,180	,222	,122		,825	,180	,388	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol8	Pears on Correlation	,716 (**)	,479 (**)	,234	,407 (**)	,121	,363 (*)	,036	1	,167	,146	,666(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,147	,009	,456	,021	,825		,304	,369	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol9	Pears on Correlation	,091	-,064	,116	,159	,546 (**)	,401 (*)	,217	,167	1	,491 (**)	,573(**)
	Sig. (2-tailed)	,578	,693	,476	,326	,000	,010	,180	,304		,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol10	Pears on Correlation	,098	-,125	,063	,129	,399 (*)	,064	-,140	,146	,491 (**)	1	,397(*)
	Sig. (2-tailed)	,549	,443	,702	,428	,011	,694	,388	,369	,001		,011
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
jumlah_total	Pears on Correlation	,665 (**)	,611 (**)	,527 (**)	,555 (**)	,611 (**)	,509 (**)	,489 (**)	,666 (**)	,573 (**)	,397 (*)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,011	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

VARIABEL PEMENUHAN KEBUTUHAN (Y)

Correlations

		sol1	sol2	sol3	sol4	sol5	sol6	sol7	sol8	sol9	sol10	jumlah _total
sol1	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	1	,515 (**)	,384 (*)	,059	,394 (*)	,621 (**)	,266	,651 (**)	,227	,212	,718(**)
			,001	,015	,717	,012	,000	,097	,000	,159	,190	,000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol2	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	,515 (**)	1	,404 (**)	-,155	,201	,503 (**)	,270	,553 (**)	,209	,171	,611(**)
		,001		,010	,338	,215	,001	,092	,000	,195	,290	,000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol3	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	,384 (*)	,404 (**)	1	-,151	,186	,475 (**)	,683 (**)	,313 (*)	,014	,604 (**)	,668(**)
		,015	,010		,351	,250	,002	,000	,050	,929	,000	,000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol4	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	,059	-,155	-,151	1	,224	-,058	,111	,063	,315 (*)	-,060	,236
		,717	,338	,351		,164	,721	,497	,697	,048	,715	,142
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol5	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	,394 (*)	,201	,186	,224	1	,384 (*)	,218	,240	,404 (**)	,439 (**)	,584(**)
		,012	,215	,250	,164		,014	,177	,136	,010	,005	,000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol6	Pears on Correl ation Sig. (2- tailed) N	,621 (**)	,503 (**)	,475 (**)	-,058	,384 (*)	1	,344 (*)	,721 (**)	,100	,355 (*)	,754(**)
		,000	,001	,002	,721	,014		,030	,000	,539	,024	,000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
sol7	Pears on Correl ation	,266	,270	,683 (**)	,111	,218	,344 (*)	1	,198	,289	,456 (**)	,646(**)

	Sig. (2-tailed)	,097	,092	,000	,497	,177	,030	,220	,071	,003	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
sol8	Pears on Correlation	,651 (**)	,553 (**)	,313 (*)	,063	,240	,721 (**)	,198	1	,259	,156	,702 (**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,050	,697	,136	,000	,220	,106	,335	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
sol9	Pears on Correlation	,227	,209	,014	,315 (*)	,404 (**)	,100	,289	,259	1	,307	,481 (**)
	Sig. (2-tailed)	,159	,195	,929	,048	,010	,539	,071	,106	,054	,002	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
sol10	Pears on Correlation	,212	,171	,604 (**)	-,060	,439 (**)	,355 (*)	,456 (**)	,156	,307	1	,601 (**)
	Sig. (2-tailed)	,190	,290	,000	,715	,005	,024	,003	,335	,054	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
jumlah_total	Pears on Correlation	,718 (**)	,611 (**)	,668 (**)	,236	,584 (**)	,754 (**)	,646 (**)	,702 (**)	,481 (**)	,601 (**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,142	,000	,000	,000	,000	,002	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	

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

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

RELIABILITAS X (Efektivitas)

Reliability Statistics Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	40	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sol1	33,13	16,881	,541	,710
sol2	33,15	16,951	,456	,723
sol3	33,00	18,154	,385	,733
sol4	33,10	18,708	,456	,728
sol5	33,38	17,728	,494	,719
sol6	33,28	19,179	,415	,734
sol7	33,05	18,356	,337	,740
sol8	32,90	16,349	,522	,712
sol9	33,65	16,900	,387	,737
sol10	33,70	18,985	,223	,757

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Reliabilitas (Kebutuhan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
sol1	34,28	14,051	,628	,758
sol2	34,78	14,435	,486	,774
sol3	34,95	14,100	,555	,765
sol4	34,20	16,626	,034	,835
sol5	34,67	15,199	,487	,776
sol6	34,88	13,292	,655	,751
sol7	34,73	14,153	,525	,769
sol8	34,80	13,703	,590	,760
sol9	34,60	15,836	,382	,786
sol10	34,63	14,343	,466	,776

Correlations

		butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	butir 5	butir 6	butir 7	butir 8	butir 9	butir 10	total
butir 1	Pearson Correlation	1	,609(**)	,166	,283	,176	,349(*)	,183	,716(**)	,091	,098	,665(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,306	,077	,276	,027	,259	,000	,578	,549	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 2	Pearson Correlation	,609(**)	1	,453(**)	,293	,107	,195	,424(**)	,479(**)	-,064	-,125	,611(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,067	,513	,227	,006	,002	,693	,443	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 3	Pearson Correlation	,166	,453(**)	1	,242	,328(*)	-,124	,416(**)	,234	,116	,063	,527(**)
	Sig. (2-tailed)	,306	,003		,132	,039	,447	,008	,147	,476	,702	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 4	Pearson Correlation	,283	,293	,242	1	,337(*)	,287	,216	,407(**)	,159	,129	,555(**)
	Sig. (2-tailed)	,077	,067	,132		,034	,072	,180	,009	,326	,428	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 5	Pearson Correlation	,176	,107	,328(*)	,337(*)	1	,301	,198	,121	,546(**)	,399(*)	,611(**)
	Sig. (2-tailed)	,276	,513	,039	,034		,059	,222	,456	,000	,011	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 6	Pearson Correlation	,349(*)	,195	-,124	,287	,301	1	,248	,363(*)	,401(*)	,064	,509(**)
	Sig. (2-tailed)	,027	,227	,447	,072	,059		,122	,021	,010	,694	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 7	Pearson Correlation	,183	,424(**)	,416(**)	,216	,198	,248	1	,036	,217	-,140	,489(**)
	Sig. (2-tailed)	,259	,006	,008	,180	,222	,122		,825	,180	,388	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
butir 8	Pearson Correlation	,716(**)	,479(**)	,234	,407(**)	,121	,363(*)	,036	1	,167	,146	,666(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,147	,009	,456	,021	,825		,304	,369	,000

butir 9	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	,091	-,064	,116	,159	,546(**)	,401(*)	,217	,167	1	,491(**)	,573(**)
	Sig. (2-tailed)	,578	,693	,476	,326	,000	,010	,180	,304		,001	,000
butir 10	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	,098	-,125	,063	,129	,399(*)	,064	-,140	,146	,491(**)	1	,397(*)
	Sig. (2-tailed)	,549	,443	,702	,428	,011	,694	,388	,369	,001		,011
total	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	,665(**)	,611(**)	,527(**)	,555(**)	,611(**)	,509(**)	,489(**)	,666(**)	,573(**)	,397(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,011	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rahmi Wennadia Putri

Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 16 Juli 1996

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat Lengkap Asal : Komp. Bumi Minang II
blok G No. 6, Kelurahan Korong Gadang,
Kecamatan Kuranji, Kota Padang,
Provinsi Sumatera Barat

Telepon Rumah : (0751) 495 123

Alamat Di Yogyakarta : Jalan Kapten Laut Samadikun No. 7, Kelurahan
Mergangsan, Kecamatan Wirogunan, Kota
Yogyakarta, Povinsi DI Yogyakarta

E-Mail : putriahmiwennadia@gmail.com

No. Hp : 081226886383

Orang Tua :

a. Bapak : Adril
Pekerjaan : PNS

b. Ibu : Welda Mukhlis
Pekerjaan : PNS

Pendidikan Formal :

a. TK Aisyiyah 14, Jalan Ampang, Padang (lulus tahun 2002)

b. SDN 21 Lubuk Lintah, Jalan M. Yunus, Kampung Kelawi, Padang
(lulus tahun 2008)

c. MTsN Kuranji, Jalan Raya Kuranji, Padang (lulus tahun 2011)

d. MAN 2 Gunung Pangilun, Jalan Gajah Mada No. 100, Padang (lulus
tahun 2014)



Pengalaman Organisasi :

- a. Anggota JCM Kineklub UIN Sunan Kalijaga (2014-2015)
- b. Divisi Informasi dan Komunikasi Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Daerah Indonesia Yogyakarta (2015-2017)
- c. Divisi HUMAS Asrama Putri Bundo Kandung (2015)
- d. Divisi PDD Asrama Putri Bundo Kandung (2016)
- e. Divisi Budaya Asrama Putri Bundo Kandung (2017 dan 2019)
- f. Divisi Perlengkapan Asrama Putri Bundo Kandung (2018)
- g. Bendahara Umum Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa – Baringin Mudo Sumatera Barat (2018)

Demikian riwayat hidup ini saya buat sebenar-benarnya.

Yogyakarta, Februari 2020

Hormat Saya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rahmi Wennadia Putri



25
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

سنة ١٤٣٩

SERTIFIKAT

Nomor: B-432.2/Un.02/L.3/PM.03.2/PP3.706/10/2017

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

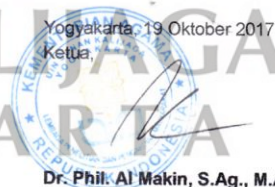
Nama : Rahmi Wennadia Putri
Tempat, dan Tanggal Lahir : Padang, 16 Juli 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 14210025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2016/2017 (Angkatan ke-93), di:

Lokasi : Manggungsari, Wonokerto
Kecamatan : Turi
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 10 Juli s.d. 31 Agustus 2017 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,79 (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, 19 Oktober 2017
Ketua,
Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : RAHMI WENNADIA PUTRI
NIM : 14210025
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2014/2015
Tanggal 25 s.d. 27 Agustus 2014 (20 jam pelajaran)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nomor: UIN.02/R3/PP-00.9/3074/2014

Yogyakarta, 2 September 2014
a.n. Rektor
Wakil Rektor Bidang Kelembagaan dan Kerjasama



Dr. H. Maksudin, M.Ag.
NIP. 19600716 1991031.001



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

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.4.35/2020

This is to certify that:

Name : **Rahmi Wennadia Putri**
Date of Birth : **July 16, 1996**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **February 26, 2020** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	44
Structure & Written Expression	43
Reading Comprehension	44
Total Score	437

Validity: 2 years since the certificate's issued

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, February 26, 2020
Director,

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



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: IN.02/L4/PM.03.2/6.21.4.110/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Rahmi Wennadia Putri :

تاريخ الميلاد : ١٦ يوليو ١٩٩٦

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٠ مارس ٢٠١٩، وحصلت على درجة :

٣٩	فهم المسموع
٣١	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٤	فهم المقروء
٣١٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

جوكجاكرتا، ٢٠ مارس ٢٠١٩
المدير



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

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥





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-577/Un.02/DD.2/TU.00/02/2019

Assalamualaikum Wr Wb.

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

Nama : Rahmi Wennadia Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 14210025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan / Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Berdasarkan Keterangan, bahwasannya mahasiswa di atas telah mengikuti ujian susulan baca tulis al-Qur'an (BTQ) dan praktek ibadah sholat pada hari Rabu, 27 Februari 2019 dengan predikat lulus (skor: 85). Surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagai syarat pendaftaran munaqosah.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum WrWb.

Yogyakarta, 27 Februari 2019
a.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan
dan Kerjasama



Abdur Rozaki

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SERTIFIKAT

No. OPAK.Dema-UINSuka.VIII.2014



DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA
UIN SUNAN KALIJAGA



OPAK 2014
ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN

diberikan kepada:

RAHMI WENVADIA PUTRI
sebagai

PESERTA

dalam kegiatan **Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan**
(OPAK) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Pada tanggal 21-23 Agustus 2014.

Yogyakarta, 23 Agustus 2014

Mengetahui,

Wakil Rektor/II
Bid. Kerjasama dan Kelembagaan
UIN Sunan Kalijaga

Presiden
Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)
UIN Sunan Kalijaga

Ketua Panitia,


Dr. Maksudin, M.Ag
NIP. 19600716 199103 1 001


Syaifudin Ahrom A.
NIM 09250013


Syauqi Biq
NIM.11520023



TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada
 Nama : Rahmi Wennadia Putri
 NIM : 14210025
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	75	B
3.	Microsoft Power Point	100	A
4.	Internet	50	D
5.	Total Nilai	78.75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

SUNAN KALIJAGA Yogyakarta, 19 Desember 2014

Kapala PTIPD



Agung Fatwanto, Ph.D.

NIP. 19770103 200501 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





PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta, Telp. (0274) 548635, Fax. (0274) 552231
Website: <http://www.lib.uin-suka.ac.id>, E-mail: lib@uin-suka.ac.id

Sertifikat

Nomor: UIN.2/L.4/PP.00.9/236/2014

diberikan kepada

RAHMI WENNADIA PUTRI
NIM.

sebagai

PESERTA AKTIF

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (*User Education*) pada
Tahun Akademik 2014/2015 yang diselenggarakan
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, September 2014
Kepala Perpustakaan,



(Signature)

M. Sofihin Arianto, S.Ag., SIP., M.LIS.
NIP. 19700906 199903 1 012



PEMERINTAH PROVINSI
SUMATERA BARAT
BADAN PENGHUBUNG

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Piagam Penghargaan

Diberikan sebagai ucapan terima kasih kepada yth :

RAHMI WENNADIA PUTRI

pada acara :

BIMBINGAN TEKNIS RANDAI

dalam kegiatan :

“PENINGKATAN MOTIVASI GENERASI MUDA MINANG DI PERANTAUAN”

Yogyakarta, 26 s/d 30 November 2019

Kepala Badan Penghubung
Provinsi Sumatera Barat

ANDRE SETIAWAN, S.STP., MPA
Pembina/NIP. 19810920 199912 1 001



DINAS PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

PIAGAM PENGHARGAAN

Diberikan kepada :

RAHMI WENNADIA PUTRI

Sebagai

Peserta Parade Gamelan Nusantara 2018

13 Oktober 2018

di kawasan Taman Tebing Breksi,
Sambirejo, Prambanan, Sleman



Hormat kami,
Kepala Dinas Pariwisata
Daerah Istimewa Yogyakarta

Ir. Aris Riyanta, Msi
NIP. 19620324 198903 1006



Sertifikat

PIMPINAN

MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
Menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

RAHMI WENNADIA PUTRI
Sebagai Peserta

SOSIALISASI EMPAT PILAR MPR RI

Pancasila sebagai Dasar dan Ideologi Negara
UUD NRI Tahun 1945 sebagai Konstitusi Negara serta Ketetapan MPR
Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai Bentuk Negara
Bhinneka Tunggal Ika sebagai Semboyan Negara

di
Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.



MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
Ketua

[Signature]

Dr. (H.C) ZULKIFLI HASAN, SE., MM.

Wakil Ketua,
[Signature]

H. MAHYUDI, S.P., MM. E.E. MANGINDAAN, S.IP.

Wakil Ketua,
[Signature]

Dr. H.M. HIDAYAT NUR WAHID, MA.

Wakil Ketua,
[Signature]

DR. OESMAN SAPTA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

CERTIFICATE

This is to certify:

RAHMI WANNADIA PUTRI

As P A R T I C I P A N T in:

2nd Borobudur International Conference
Interfaith Conference, "The Inspiration for World Peace & Harmony"

At Borobudur Archaeological Park, Magelang City, Central Java, on May 6th 2017

President Director,
PT Taman Wisata Candi Borobudur,
Prambanan dan Ratu Boko (Persero)



EDY SETIJONO

Deputy Minister for
Domestic Tourism Marketing Development
Ministry of Tourism, Republic of Indonesia



ESTHY REKO ASTUTY



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAHRAGA**

SERTIFIKAT

Nomor :

Diberikan kepada :

Nama : **RAHMI WENNADIA PUTRI**
Tempat, tanggal lahir : Padang 16 Juli 1996
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Asal IKPM : Sumatera Barat

Atas partisipasinya dalam kegiatan **Diklat Jurnalistik** yang diselenggarakan oleh Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 21 s.d 23 April April 2016 bertempat di Hotel Gowongan Inn, Yogyakarta sebagai :

PESERTA

Yogyakarta, 23 April 2016

**KEPALA DINAS
PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Drs. R. KADARMANTA BASKARA AJI
NIP. 19630225 199003 1 010