

**ANALISIS KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN INSTAGRAM
SANTRI di PONDOK PESANTREN ar-ROUDLOH
NGRONGGO KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos)



Oleh:

Ina Mahardhika L.

933.50.12.14

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2018

ABSTRAK

Ina Mahardhika L, Dosen Pembimbing Dr. MOHAMMAD ARIF, M.A. dan SITI AMANAH, M.Si.: Analisis Kepuasan terhadap Penggunaan *Instagram* Santri di Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kota Kediri, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Ilmu Sosial IAIN Kediri, 2018.

Kata Kunci : Analisis Kepuasan, Uji T Paired Sampel, *Instagram*, Santri

Pengguna *Instagram* semakin meningkat, tak terkecuali dikalangan santri yang berguna untuk mempermudah kebutuhan bertukar informasi, sosial, interpretasi diri, serta kebutuhan sarana hiburan. Tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui tingkat motif dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi *Instagram* di kalangan santri serta menganalisis signifikansi perbedaan juga korelasi antara GS-GO penggunaan *Instagram* Santri Ponpes ar-Roudhloh Ngronggo Kota Kediri.

Penelitian ini ialah penelitian deskriptif-eksplanatif yang menggunakan metode sensus dan alat bantu kuesioner. Responden penelitian ini adalah santri Ponpes ar-Roudhloh Ngronggo Kota Kediri yang menggunakan aplikasi *Instagram* dengan sampel sejumlah 87 santri dari populasi sebanyak 87 orang. Hasil dari pengumpulan data diolah dengan program SPSS 21 dan diinterpretasikan. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena santri yang selama ini dianggap pasif menggunakan media sosial ternyata telah terbuka terhadap hadirnya media baru dan aktif bersosial media khususnya *instagram*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif yang dominan ialah hiburan dengan kategori tinggi sebesar 62,1% (54 responden), motif integrasi dan interaksi sosial kategori sedang sebanyak 28,7% (25 responden), motif identitas pribadi kategori rendah sebesar 4,6% (4 responden). Sedangkan motif informasi, responden merasa tidak mendapatkannya melalui aplikasi ini. Dari hasil uji t dan perbandingan nilai mean diketahui bahwa, tidak semua motif menghasilkan kepuasan, namun mencapai titik kepuasan yang berbeda-beda. Artinya tingkat perhatian santri dalam menggunakan *instagram* hanyalah sebagai media sosial yang memberikan hiburan. Baik foto maupun video yang lucu/unik/romantis dan agamis sekaligus memberikan hiburan untuk mengekspresikan perasaannya melalui foto dan menyediakan *timeline* untuk dijelajah diwaktu luang. Selain itu, *instagram* dianggap memenuhi kebutuhan responden karena adanya ruang menyalurkan potensi diri, mengunggah foto kegiatan dengan *caption* maupun *arroba* (@), berinteraksi dengan sesama teman pondok maupun luar/beda pondok seperti memberikan tanda like, komentar dan *direct message*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
ii	
NOTA DINAS	
iii	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
iv	
HALAMAN MOTTO	
v	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
vi	
ABSTRAK.....	
viii	
KATA PENGANTAR	
ix	
DAFTAR ISI.....	
xi	
DAFTAR TABEL	
xiv	
DAFTAR GAMBAR	
xv	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	
.....	1
B. Rumusan Masalah	
6	
C. Tujuan Penelitian	
6	
D. Kegunaan Penelitian.....	
7	
1. Manfaat Teoritis	
7	
2. Manfaat Praktis.....	
7	
E. Hipotesis Penelitian.....	
8	
F. Penegasan Istilah.....	
9	
1. <i>Gratification Sought</i> (Kepuasan yang diharapkan).....	
9	

2. <i>Media Uses</i> (Penggunaan Media).....	9
3. <i>Gratification Obtained</i> (Kepuasan yang diperoleh)	9
4. Santri	10
G. Telaah Pustaka	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa	16
B. <i>Uses and Gratification</i> (U&G)	21
1. <i>Gratification Sought</i> (GS)	24
2. <i>Gratification Obtained</i> (GO).....	25
C. <i>Social Media</i> (Media Sosial).....	29
D. <i>Social Networking</i> (Jejaring Sosial).....	30
E. Instagram.....	31
F. Pondok Pesantren	35
G. Santri	40

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel	43
D. Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Analisis Data	71

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
1. Sejarah Singkat berdirinya Pondok Pesantren ar-Roudloh	74
2. Silsilah Sanad Pondok Pesantren ar-Roudloh	77
3. Aktivitas Santri.....	78
4. Fasilitas dan sarana penunjang PonPes ar-Roudloh	80
5. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren ar-Roudloh.....	81
6. Jadwal Pengajian dan Kegiatan	82
B. Deskripsi Data	85
1. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	85
2. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	86
C. Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i> Santri ar-Roudloh.....	87
D. Deskripsi Variabel <i>Gratification Sought</i>	90
E. Deskripsi Variabel <i>Gratification Obtained</i>	93
F. Perbandingan Mean antara Kepuasan Informasi yang dicari dengan Kepuasan Informasi yang diperoleh Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh dalam menggunakan <i>Instagram</i>	97
G. Perbandingan Mean antara Kepuasan Identitas Pribadi yang dicari dengan Kepuasan Identitas Pribadi yang diperoleh Santri Ponpes ar-Roudloh dalam menggunakan <i>Instagram</i>	98
H. Perbandingan Mean antara Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang dicari dengan Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang diperoleh Santri Ponpes ar-Roudloh dalam menggunakan <i>Instagram</i>	99
I. Perbandingan Mean antara Kepuasan Hiburan yang dicari dengan Kepuasan Hiburan yang diperoleh Santri Ponpes ar-Roudloh dalam menggunakan <i>Instagram</i>	100
J. Korelasi dan Perbandingan antara <i>Gratification Sought</i> (kepuasan yang dicari) dan <i>Gratification Obtained</i> (kepuasan yang diperoleh) Santri Ponpesar-Roudloh dalam menggunakan <i>Instagram</i>	101
1. Menghitung total nilai dan nilai rata-rata (<i>mean</i>) antara <i>Gratification Sought</i> (kepuasan yang dicari) dan <i>Gratification Obtained</i> (kepuasan yang diperoleh).....	101

2. Menghitung koefisien korelasi (kekuatan hubungan) antara <i>Gratification Sought</i> (kepuasan yang dicari) dan <i>Gratification Obtained</i> (kepuasan yang diperoleh).....	103
K. Pengujian Hipotesis.....	104

BAB V : PEMBAHASAN

A. <i>Gratification Sought</i> (Kepuasan yang Dicari) <i>Instagram</i> Santri... 107	
B. <i>Gratification Obtained</i> (Kepuasan yang Diperoleh) <i>Instagram</i> Santri.....	112
C. Korelasi Antara <i>Gratification Sought</i> (kepuasan yang dicari) dan <i>Gratification Obtained</i> (kepuasan yang diperoleh) Menggunakan <i>Instagram</i>	115
D. Perbedaan yang Signifikan Antara <i>Gratification Sought</i> (kepuasan yang dicari) dan <i>Gratification Obtained</i> (kepuasan yang diperoleh) Menggunakan <i>Instagram</i>	116

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA 123

LAMPIRAN 127

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	143
----------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Paradigma Media Massa.....	
20	
Gambar 2. Model <i>Uses and Gratifications</i>	
23	
Gambar 3. Model <i>Gratification Sought - Gratification Obtained</i> Milik Palmgreen.....	
26	
Gambar 4. Silsilah sanad Pondok Pesantren ar-Roudloh	
77	
Gambar 5. <i>Gratification Sought</i> Penggunaan <i>Instagram</i> Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kota Kediri	93
Gambar 6. <i>Gratification Obtained</i> Penggunaan <i>Instagram</i> Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kota Kediri	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tabulasi Variabel Penelitian <i>Gratificatin Sought</i> Santri ketika menggunakan <i>Instagram</i>	61
Tabel 2. Tabulasi Variabel Penelitian <i>Gratificatin Obtained</i> Santri ketika menggunakan <i>Instagram</i>	66
Tabel 3. Jadwal Pengajian dan Kegiatan Harian Tahun 2018.....	82
Tabel 4. Jadwal Pengajian dan Kegiatan Mingguan Tahun 2018	83
Tabel 5. Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel 6. Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	86
Tabel 7. Tingkat Keseringan Menggunakan <i>Instagram</i>	87
Tabel 8. Durasi Waktu Menggunakan <i>Instagram</i>	89
Tabel 9. Hasil Olah Data SPSS Distribusi Kategori Kepuasan yang Dicari	91
Tabel 10. Hasil Olah Data SPSS Distribusi Kategori Kepuasan yang Diperoleh	94
Tabel 11. Perbandingan Mean Antara Kepuasan Informasi yang Dicari dan yang Diperoleh	97
Tabel 12. Perbandingan Mean Antara Kepuasan Identitas Pribadi yang Dicari dan yang Diperoleh	98
Tabel 13. Perbandingan Mean Antara Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang Dicari dan yang Diperoleh	99
Tabel 14. Perbandingan Mean Antara Kepuasan Hiburan yang Dicari dan yang Diperoleh	100
Tabel 15. Total Nilai dan Perbedaan Nilai <i>Mean</i> (rata-rata) antara Kepuasan yang Dicari dan Kepuasan yang Diperoleh	101
Tabel 16. Uji Variasi Homogenitas	102
Tabel 17. Uji KorelasiKepuasan yang Dicari dan Kepuasan yang Diperoleh.....	103
Tabel 18. Uji T Paired Sampel Kepuasan yang Dicari dan Kepuasan yang Diperoleh	104

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kerangka Kerja Analisis Kepuasan Terhadap Penggunaan <i>Instagram</i> Santri Ponpes ar-Roudloh Ngronggo Kota Kediri.....	I
Lampiran 2. Permohonan Ijin Penelitian dan Observasi.....	II
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	III
Lampiran 4. Kuesioner.....	IV
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Motif Penggunaan <i>Instagram</i> Santri	XII
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kepuasan Penggunaan <i>Instagram</i> Santri.....	XIV
Lampiran 7. Dokumentasi.....	XVI
Lampiran 8. Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi.....	XVII
Lampiran 9. Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi.....	XVIII