

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Penerbit Pradina Pustaka.
- Annur, Cindy Mutia. 2024. *Apa Alasan Warga Menonton Debat Capres Cawapres? Ini Hasilnya*. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/apa-alasan-warga-menonton-debat-capres-cawapres-ini-hasil-surveinya>, diakses pada 5 Februari 2024 pukul 19.00 WITA).
- _____. 2024. *Tiktok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024*. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>, diakses 14 Februari 2024 pukul 20.56 WITA).
- Asri. 2023. *APJII Sampaikan Hasil Survei Penetrasi Internet di Indonesia Naik 1.17%*. (https://sulsel.fajar.co.id/2023/03/08/apjii-sampaikan-hasil-survei-penetrasi-internet-di-indonesia-naik-1-17/#google_vignette, diakses pada 25 September 2024 pukul 15:26 WITA).
- Azis, Abdul. 2019. Pecahkan Rekor, Intip Partisipasi Pemilih di Sulsel Pileg 2019. (<https://makassar.tribunnews.com/2019/08/13/pecahkan-rekor-intip-partisipasi-pemilih-di-sulsel-pileg-2019> diakses pada 22 September 2024 pukul 13:55 WITA).
- Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah. 2019. *Catatan Fasilitas Kampanye Pemilu Tahun 2019*. (<https://sulteng.bawaslu.go.id/catatan-fasilitas-kampanye-pemilu-tahun-2019/>, diakses pada 5 Februari 2024 pukul 23.50 WITA).
- Cangara, Hafied. (2009). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Djiwandono, A. S. (2023). Pemilihan Umum dan Pendidikan Politik. *Analisis CSIS*, (3), 192-204.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Fahimah, Siti. (2016). MOTIVASI: URGENSITASNYA DALAM PEMBELAJARAN YANG EFEKTIF. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 95-114.
- Faiqah, Fatty dkk. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 5(2).
- Fayiz, Zhafrab & Rahman Saeni. (2022). Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Media Informasi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 31-41.

- Firdausi, Tasya Indah & Putri K. Y.S. (2021). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019 dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common*, 5(1), 67-76.
- Ginting, Rahmanita dkk. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania
- Hadi, Ido Prijana dkk. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hidayat, M. Nurfadhilillah. (2022). *Pengaruh Motif Penggunaan Media terhadap Kepuasan Subscriber Konten YouTube Pemuda Tersesat Sebagai Media Dakwah Berbasis Komedi*. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- L Gunawan. (2016). Motif dan kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog "Titik Tengah" di Metro TV Jawa Timur. *Jurnal E-Komunikasi: Universitas Kristen Petra Surabaya*. 4(2), 1-12.
- _____. (2017). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel 'Kok Bisa' di YouTube. *Jurnal E-Komunikasi: Universitas Kristen Petra Surabaya*. 5(2), 1-10.
- Latief, Muh. Iqbal. (2019). Efek Post Truth pada Partisipasi Pemilih Pemilu 2019. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 8(2), 275-288.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss (2020). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulya, R. A. (2018). Hubungan Antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today dan Interaktivitas Khalayak dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today. *Interaksi*, 1-11.
- Musanto, T. (2005). Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2). 123-136.

- N. A. Fatini & R. S. Dewi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 9(1), 110-120.
- Nastiti, Widya. (2015). *Hubungan antara Motif dan Kepuasan Penonton terhadap Program Berita Islami Masa Kini di Trans TV*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri SyarifHidayatullah Jakarta.
- Nurhajimah Sukma, & Suyanto Suyanto. (2023). Motif Menonton Video For Your Page Tiktok dan Kepuasan Hiburan pada Siswa SMA PGRI Pekanbaru. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 1(3), 147-156.
- Nurudin. (2018). *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial*. Malang: PT Intrans Publishing.
- Panuju, Redi. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pramita, Ratna Wijayanti Daniar dkk. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang : Widya Gama Press.
- Prihatiningsih, Witanti. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*. 8(1), 51-65.
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Jurnal Publis*. 1(2), 14-20.
- Rosyidi, Hamim. (2012). *Psikologi Sosial*. Surabaya: CV. Jaudar.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 2(1), 51-65.
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, Ngudi Ambar. dkk. (2019) Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017. *Al Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 10(2), 74-78.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Supriyanto, D. (2021). *Demokrasi dan Pemilu: Negara, Pemerintah, dan Partai Politik*. Jakarta Selatan: Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem).
- Sutoyib, Niki. (2023). *Motif Pengajian Tafsir Marah Labib di Desa Rogomulyo Kayen Pati*. Kudus: Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Kudus.

- Syahrum. & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- West, Richard. & Lynn H.. Turner. (2008). *Pengantar dan Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Winardi, J. (2002). *Motivasi & Permotivasi dalam Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Hubungan Motif Menonton Konten Debat Pilpres 2024 pada Akun YouTube Najwa Shihab Terhadap Kepuasan Pemirsa di Kota Makassar

Assalamualaikum wr. wb

Dalam rangka perolehan data untuk skripsi dengan judul **“Hubungan Motif Menonton Konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024 pada Akun YouTube Najwa Shihab Terhadap Kepuasan Pemirsa di Kota Makassar”**, saya Andi Rosnaeni sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin meminta kesediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pernyataan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya.

Kriteria responden yang dibutuhkan dalam kuesioner penelitian ini:

1. Responden berdomisili di Kota Makassar
2. Responden berusia antara 20-39 tahun
3. Responden pernah menonton Konten Debat Musyawarah Nobar Debat Pilpres pada akun YouTube Najwa Shihab minimal 1 kali

Data yang saudara/i berikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr. wb

Hormat saya,

Andi Rosnaeni

A. Profil Responden

Isilah sesuai dengan identitas anda

1. Nama
2. Usia
3. Nomor telepon
4. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Tingkat Pendidikan
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. S1
 - e. Yang lain:
6. Apakah Anda penduduk Kota Makassar?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Jika ya, di mana wilayah tempat tinggal Anda?
 - a. Biringkanaya
 - b. Bontoala
 - c. Makassar

- d. Mamajang
- e. Manggala
- f. Mariso
- g. Panakkukang
- h. Rappocini
- i. Sangkarrang
- j. Tallo
- k. Tamalanrea
- l. Tamalate
- m. Ujung Pandang
- n. Ujung Tanah
- o. Wajo

B. Tingkat Penggunaan Media

1. Apakah Anda menonton konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024 pada akun YouTube Najwa Shihab?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Frekuensi Menonton
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. > 4 kali
3. Durasi Menonton
 - a. Kurang dari 1 jam
 - b. 1-2 jam
 - c. 2-3 jam
 - d. Lebih dari 3 jam

Petunjuk: Pilih jawaban yang paling sesuai dengan Anda.

Keterangan pilihan jawaban:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

C. Motif

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Motif Informasi					
1.	Saya ingin mendapatkan informasi terbaru tentang politik dan kondisi negara				
2.	Saya ingin mendapatkan pandangan yang beragam tentang isu-isu penting yang dibahas dalam debat pilpres				
3.	Saya ingin mengetahui minat dan pandangan dari calon presiden, calon wakil presiden, host, dan narasumber program Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024 terhadap isu-isu politik				
4.	Saya ingin merasa lebih yakin dengan pilihan saya melalui pemahaman yang lebih dalam				

	tentang calon presiden dan calon wakil presiden				
Motif Identitas Pribadi					
5.	Saya ingin menemukan nilai-nilai yang sesuai dengan nilai-nilai yang saya pegang seperti keadilan sosial, kebebasan, kesejahteraan masyarakat, dan sebagainya.				
6.	Saya ingin memahami bagaimana calon presiden mewakili nilai-nilai yang mungkin berbeda dari pandangan saya sehingga saya dapat mempertimbangkan berbagai perspektif sebelum membuat keputusan				
7.	Saya ingin meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang nilai-nilai yang saya anggap penting				
8.	Saya ingin mendapatkan contoh dalam berperilaku (misalnya tata krama dalam berkomunikasi)				
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial					
9.	Saya ingin memperoleh pengetahuan tentang keadaan masyarakat di Indonesia dan meningkatkan empati sosial saya				
10.	Saya ingin merasa terhubung dengan individu atau kelompok yang memiliki pandangan politik serupa				
11.	Saya ingin menjadikan isi konten sebagai bahan percakapan dengan orang lain				
12.	Saya ingin menjadi orang yang dapat membagikan informasi kepada orang lain				
Motif Hiburan					
13.	Saya ingin sejenak melepaskan diri dari masalah yang saya hadapi				
14.	Saya ingin mengisi waktu luang dan bersantai setelah hari yang sibuk				
15.	Saya ingin menikmati sensasi dan estetika dari konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024, terutama dalam hal visual dan audio				
16.	Saya merasa bisa mengungkapkan emosi saya, baik itu kegembiraan, kekhawatiran, atau kekaguman dengan menonton konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024				
17.	Saya ingin mendapatkan kesenangan dengan mengetahui reaksi dan pendapat dari host, narasumber, dan penonton konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024				

D. Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kesesuaian Harapan					
1.	Konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024 pada akun YouTube Najwa Shihab sesuai dengan harapan saya				
2.	Konten Musyawarah Nobar Debat Pilpres 2024 pada akun YouTube Najwa Shihab melebihi harapan saya				
Minat Menggunakan Kembali					
3.	Saya berminat untuk menonton ulang konten Musyawarah yang pernah saya tonton pada akun YouTube Najwa Shihab				
4.	Saya berminat menonton setiap konten Musyawarah yang ada pada akun YouTube Najwa Shihab				
5.	Saya berminat menonton konten Musyawarah terbaru yang akan di <i>upload</i> pada akun YouTube Najwa Shihab				
Kesediaan Merekomendasikan					
6.	Saya bersedia mengajak orang lain untuk menonton konten Musyawarah pada akun YouTube Najwa Shihab				
7.	Saya merekomendasikan konten Musyawarah pada akun YouTube Najwa Shihab kepada keluarga, teman, dan kerabat dekat				
8.	Saya memilih untuk merekomendasikan konten Musyawarah pada akun YouTube Najwa Shihab dibanding dengan konten serupa pada akun YouTube sejenisnya				

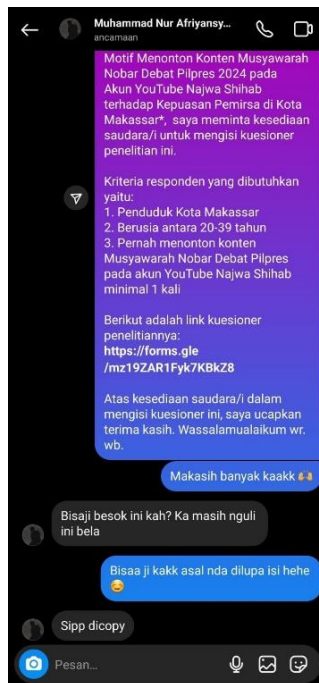
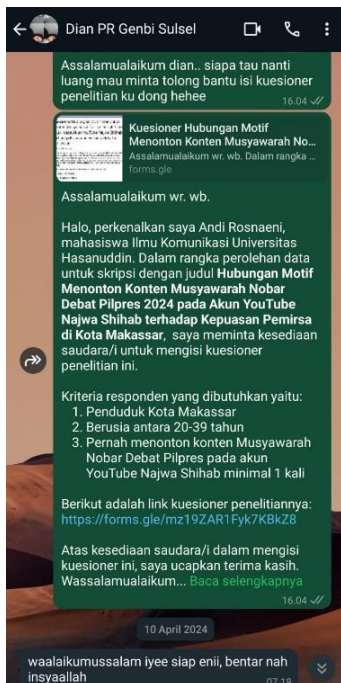
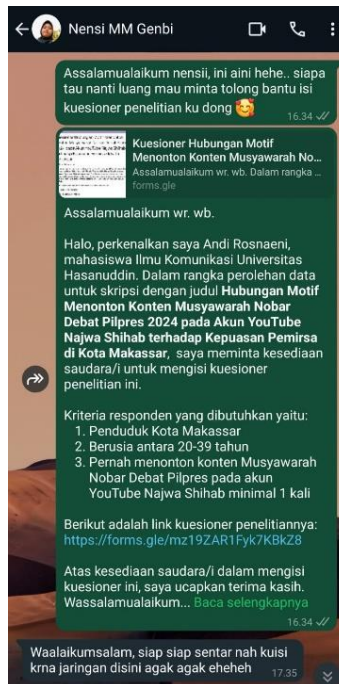
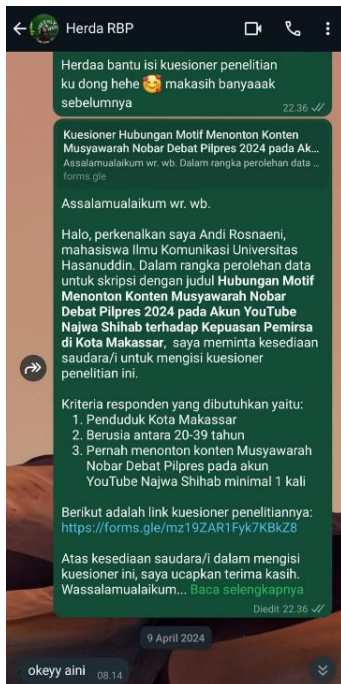
Lampiran 2 *Tabulasi Data Responden*

[illegible]

41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	58	3	2	2	2	3	3	2	3	20
42	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3	60	4	3	4	4	4	3	3	4	29
43	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	49	3	3	2	2	2	2	2	3	19
44	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	53	3	3	2	2	2	3	3	3	21
45	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	56	3	3	2	3	3	2	3	3	22
46	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	1	3	3	3	3	2	2	46	3	2	3	3	3	3	3	3	23
47	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	63	4	3	3	3	3	3	3	3	25
49	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	55	3	2	2	3	3	4	4	3	24
50	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	61	4	4	4	3	4	4	3	3	29
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
54	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	50	3	3	3	3	3	2	3	3	23
55	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	50	3	2	2	2	2	1	2	2	16
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	51	3	3	4	3	3	3	4	3	26
58	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	57	4	3	3	3	3	4	4	3	27
59	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	56	3	3	3	3	4	3	4	4	27
60	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	60	3	3	3	3	3	4	4	4	27
61	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	52	3	3	3	2	3	2	2	3	21
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	62	4	4	3	3	3	4	4	3	28
63	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	61	4	3	4	3	4	3	4	3	28
64	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	59	4	4	3	3	3	3	3	3	26
65	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	60	4	4	3	4	4	3	4	4	30
67	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	57	4	3	3	3	3	3	3	3	25
68	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	57	3	3	4	3	4	2	3	3	25
69	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	60	4	3	4	3	4	3	4	4	29
70	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	1	3	4	3	4	56	3	4	1	3	3	3	3	4	24
71	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	58	4	3	4	3	4	3	3	3	27
72	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	52	4	3	2	2	3	3	3	3	23
73	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	57	4	3	3	3	4	4	3	3	27
74	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	52	3	2	3	3	3	2	3	3	22
75	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	60	4	3	3	3	3	4	4	3	27
76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	63	3	3	3	3	4	3	4	3	26
77	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	59	3	3	3	4	3	3	4	3	26
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	63	4	4	3	3	4	3	3	4	28
79	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	62	3	2	2	2	3	4	3	3	22
80	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	66	4	4	3	4	4	3	4	4	30

81	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	58	3	3	4	4	3	4	4	3	28
82	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	57	4	3	3	4	4	3	4	4	29
83	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	63	3	4	3	3	4	3	4	4	28
84	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
85	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	58	3	3	4	4	4	3	4	4	29
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	63	4	4	4	4	4	4	3	3	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	60	4	3	3	4	3	4	3	4	28
89	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	54	3	4	2	2	3	2	2	2	20
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
91	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	60	3	3	2	3	3	3	3	3	23
92	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	61	4	3	3	4	4	3	4	3	28
93	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	60	3	4	4	3	4	3	4	3	28
94	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	54	4	3	2	2	2	3	3	4	23
95	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	53	3	3	4	4	4	3	3	3	27
96	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	58	3	3	2	2	3	3	4	3	23
97	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	58	3	3	4	3	4	3	4	4	28
98	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	51	3	2	2	2	3	3	3	3	21
99	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	57	4	3	3	3	3	3	3	4	26
100	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	2	3	4	2	3	3	54	3	3	3	4	3	3	3	3	25

Lampiran 3 *Bukti Penyebaran Kuesioner*



Lampiran 4 *Tabel Frekuensi*

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	25	25.0	25.0	25.0
	Perempuan	75	75.0	75.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-24	47	47.0	47.0	47.0
	25-29	13	13.0	13.0	60.0
	30-34	24	24.0	24.0	84.0
	35-39	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	3	3.0	3.0	3.0
	S1	49	49.0	49.0	52.0
	SMA/SMK	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	33	33.0	33.0	33.0

Lainnya	5	5.0	5.0	38.0
Mahasiswa	49	49.0	49.0	87.0
Wirausaha	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variabel X (Motif Menonton)

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	38	38.0	38.0	38.0
	Sangat Setuju	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	47	47.0	47.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	50	50.0	50.0	51.0

	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	43	43.0	43.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	49	49.0	49.0	50.0
	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	45	45.0	45.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	57	57.0	57.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Setuju	53	53.0	53.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	45	45.0	45.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	72	72.0	72.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	17.0
	Setuju	59	59.0	59.0	76.0

	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Setuju	67	67.0	67.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	22	22.0	22.0	27.0
	Setuju	50	50.0	50.0	77.0

	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Setuju	55	55.0	55.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	9.0
	Setuju	59	59.0	59.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	16.0
	Setuju	62	62.0	62.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	16.0
	Setuju	61	61.0	61.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Variabel Y (Kepuasan Pemirsa)**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	69	69.0	69.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	21	21.0	21.0	21.0
	Setuju	63	63.0	63.0	84.0
	Sangat Tidak Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	31	31.0	31.0	32.0
	Setuju	52	52.0	52.0	84.0

	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	24	24.0	24.0	24.0
	Setuju	61	61.0	61.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	63	63.0	63.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	16.0
	Setuju	69	69.0	69.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	64	64.0	64.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	9.0
	Setuju	68	68.0	68.0	77.0

	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5 Perhitungan Persentase Rata-rata Setiap Indikator

Motif Informasi

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
1,2,3,4	4	STS (1)	1	1	0.07%
		TS (2)	1	2	0.14%
		S (3)	178	534	37.69%
		SS (4)	220	880	62.10%
Jumlah			400	1417	100.00%
Skor Maksimal	1600				
Persentase Rata-rata	88.56%				
Kriteria	Sangat Baik				

Motif Identitas Pribadi

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
5,6,7,8	4	STS (1)	1	1	0.07%
		TS (2)	11	22	1.60%
		S (3)	204	612	44.64%

		SS (4)	184	736	53.68%
Jumlah			400	1371	100.00%
Skor Maksimal	1600				
Persentase Rata-rata	85.69%				
Kriteria	Sangat Baik				

Motif Integrasi & Interaksi Sosial

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
9,10,11,12	4	STS (1)	2	2	0.16%
		TS (2)	38	76	5.96%
		S (3)	243	729	57.18%
		SS (4)	117	468	36.71%
Jumlah			400	1275	100.00%
Skor Maksimal	1600				
Persentase Rata-rata	79.69%				
Kriteria	Sangat Baik				

Motif Hiburan

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
13,14,15,16,17	5	STS (1)	9	9	0.58%
		TS (2)	68	136	8.77%
		S (3)	287	861	55.55%

		SS (4)	136	544	35.10%
Jumlah			500	1550	100.00%
Skor Maksimal	2000				
Persentase Rata-rata	77.50%				
Kriteria	Sangat Baik				

Kesesuaian Harapan

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
18,19	2	STS (1)	0	0	0.00%
		TS (2)	23	46	7.40%
		S (3)	132	396	63.67%
		SS (4)	45	180	28.94%
Jumlah			200	622	100.00%
Skor Maksimal	800				
Persentase Rata-rata	77.75%				
Kriteria	Sangat Baik				

Minat Menggunakan Kembali

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
20,21,22	3	STS (1)	1	1	0.11%
		TS (2)	66	132	14.85%
		S (3)	176	528	59.39%
		SS (4)	57	228	25.65%
Jumlah			300	889	100.00%

Skor Maksimal	1200				
Persentase Rata-rata	74.08%				
Kriteria	Baik				

Kesediaan Merekomendasikan

No. Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
23,24,25	3	STS (1)	3	3	0.32%
		TS (2)	32	64	6.91%
		S (3)	201	603	65.12%
		SS (4)	64	256	27.65%
Jumlah			300	926	100.00%
Skor Maksimal	1200				
Persentase Rata-rata	77.17%				
Kriteria	Sangat Baik				

Lampiran 6 Tabel Silang

Jenis Kelamin * Motif Menonton Crosstabulation

			Motif Menonton		
			Sangat T	Tinggi	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	9	16	25
		% within Jenis Kelamin	36.0%	64.0%	100.0%
	Perempuan	Count	47	28	75
		% within Jenis Kelamin	62.7%	37.3%	100.0%
Total		Count	56	44	100
		% within Jenis Kelamin	56.0%	44.0%	100.0%

Usia * Motif Menonton Crosstabulation

			Motif Menonton		
			Sangat T	Tinggi	Total
Usia	20-24	Count	22	25	47
		% within Usia	46.8%	53.2%	100.0%
	25-29	Count	4	9	13
		% within Usia	30.8%	69.2%	100.0%
	30-34	Count	19	5	24
		% within Usia	79.2%	20.8%	100.0%
	35-39	Count	11	5	16
		% within Usia	68.8%	31.3%	100.0%
Total	Count	56	44	100	
	% within Usia	56.0%	44.0%	100.0%	

Pendidikan * Motif Menonton Crosstabulation

Pendidikan * Motif Menonton Crosstabulation					
			Motif Menonton		Total
			Sangat T	Tinggi	
Pendidikan	Lainnya	Count	1	2	3
		% within Pendidikan	33.3%	66.7%	100.0%
	S1	Count	29	20	49
		% within Pendidikan	59.2%	40.8%	100.0%
	SMA/SMK	Count	26	22	48
		% within Pendidikan	54.2%	45.8%	100.0%
Total	Count	56	44	100	
	% within Pendidikan	56.0%	44.0%	100.0%	

Pekerjaan * Motif Menonton Crosstabulation					
			Motif Menonton		Total
			Sangat T	Tinggi	
Pekerjaan	Karyawan Swasta	Count	22	11	33
		% within Pekerjaan	66.7%	33.3%	100.0%
	Lainnya	Count	1	4	5
		% within Pekerjaan	20.0%	80.0%	100.0%
	Mahasiswa	Count	25	24	49
		% within Pekerjaan	51.0%	49.0%	100.0%
	Wirausaha	Count	8	5	13
		% within Pekerjaan	61.5%	38.5%	100.0%
Total	Count	56	44	100	
	% within Pekerjaan	56.0%	44.0%	100.0%	

Jenis Kelamin * Kepuasan Pemirsa Crosstabulation

			Kepuasan Pemirsa			Total
			Rendah	Sangat T	Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	5	4	16	25
		% within Jenis Kelamin	20.0%	16.0%	64.0%	100.0%
	Perempuan	Count	8	24	43	75
		% within Jenis Kelamin	10.7%	32.0%	57.3%	100.0%
Total	Count	13	28	59	100	
	% within Jenis Kelamin	13.0%	28.0%	59.0%	100.0%	

Usia * Kepuasan Pemirsa Crosstabulation

			Kepuasan Pemirsa			
			Rendah	Sangat T	Tinggi	Total
Usia	20-24	Count	9	6	32	47
		% within Usia	19.1%	12.8%	68.1%	100.0%
	25-29	Count	3	3	7	13
		% within Usia	23.1%	23.1%	53.8%	100.0%
	30-34	Count	0	12	12	24
		% within Usia	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
	35-39	Count	1	7	8	16
		% within Usia	6.3%	43.8%	50.0%	100.0%
Total	Count	13	28	59	100	
	% within Usia	13.0%	28.0%	59.0%	100.0%	

Pendidikan * Kepuasan Pemirsa Crosstabulation

			Kepuasan Pemirsa			
			Rendah	Sangat T	Tinggi	Total
Pendidikan	Lainnya	Count	1	1	1	3
		% within Pendidikan	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
	S1	Count	5	16	28	49
		% within Pendidikan	10.2%	32.7%	57.1%	100.0%
	SMA/SMK	Count	7	11	30	48
		% within Pendidikan	14.6%	22.9%	62.5%	100.0%
Total		Count	13	28	59	100

% within Pendidikan	13.0%	28.0%	59.0%	100.0%
---------------------	-------	-------	-------	--------

Pekerjaan * Kepuasan Pemirsa Crosstabulation

			Kepuasan Pemirsa			
			Rendah	Sangat T	Tinggi	Total
Pekerjaan	Karyawan Swasta	Count	2	12	19	33
		% within Pekerjaan	6.1%	36.4%	57.6%	100.0%
	Lainnya	Count	1	1	3	5
		% within Pekerjaan	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
	Mahasiswa	Count	9	9	31	49
		% within Pekerjaan	18.4%	18.4%	63.3%	100.0%
	Wirausaha	Count	1	6	6	13
		% within Pekerjaan	7.7%	46.2%	46.2%	100.0%
Total	Count	13	28	59	100	
	% within Pekerjaan	13.0%	28.0%	59.0%	100.0%	

Motif Menonton * Kepuasan Pemirsa Crosstabulation

			Kepuasan Pemirsa			Total
			Rendah	Sangat T	Tinggi	
Motif Menonton	Sangat T	Count	2	26	28	56
		% within Motif Menonton	3.6%	46.4%	50.0%	100.0%
	Tinggi	Count	11	2	31	44
		% within Motif Menonton	25.0%	4.5%	70.5%	100.0%
Total		Count	13	28	59	100
		% within Motif Menonton	13.0%	28.0%	59.0%	100.0%

Lampiran 7 *Chi Square*

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	25.888 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	29.975	2	.000
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.72.

Lampiran 8 Uji Tabel Contingency

Symmetric Measures

	Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.453	.000
N of Valid Cases	100	

Lampiran 11 Uji Reliabilitas Variabel X**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	17

Lampiran 12 Uji Reliabilitas Variabel Y**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	8