

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Secara garis besar penelitian yang dilakukan terhadap penggemar drama Korea pada media sosial Twitter yakni *followers* akun @kdrama\_menfess, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penghitungan skor *mean* kedua variabel yang diteliti yakni Motif Penggunaan Media (X) dan Kepuasan Penggunaan Media (Y) ditemukan bahwa terdapat kesenjangan kepuasan antara kedua variabel dimana skor *mean* variabel Kepuasan Penggunaan Media (Y) lebih besar dari variabel Motif Penggunaan Media (X). Dengan ini dapat diartikan bahwa, media sosial Twitter dalam hal ini akun @kdrama\_menfess sudah mampu memenuhi kebutuhan atau kepuasan yang diharapkan oleh para penggunanya yakni penggemar drama Korea.
2. Terkait masing-masing indikator, ditemukan bahwa indikator Integratif Sosial merupakan motif terbesar dalam penggunaan media, indikator Kognitif merupakan kepuasan terbesar yang didapatkan setelah penggunaan media, serta indikator Integratif Pribadi merupakan skor terkecil baik dalam motif maupun kepuasan penggunaan media.
3. Terkait kesenjangan kepuasan masing-masing indikator, ditemukan bahwa terdapat tiga indikator yang sudah terpenuhi kebutuhan penggemar drama Korea oleh akun @kdrama\_menfess yakni indikator Afektif, Integratif Pribadi dan Pelepas Ketegangan. Sedangkan

indikator yang belum terpenuhi kebutuhannya oleh akun ini ialah indikator Kognitif dan Integratif Sosial.

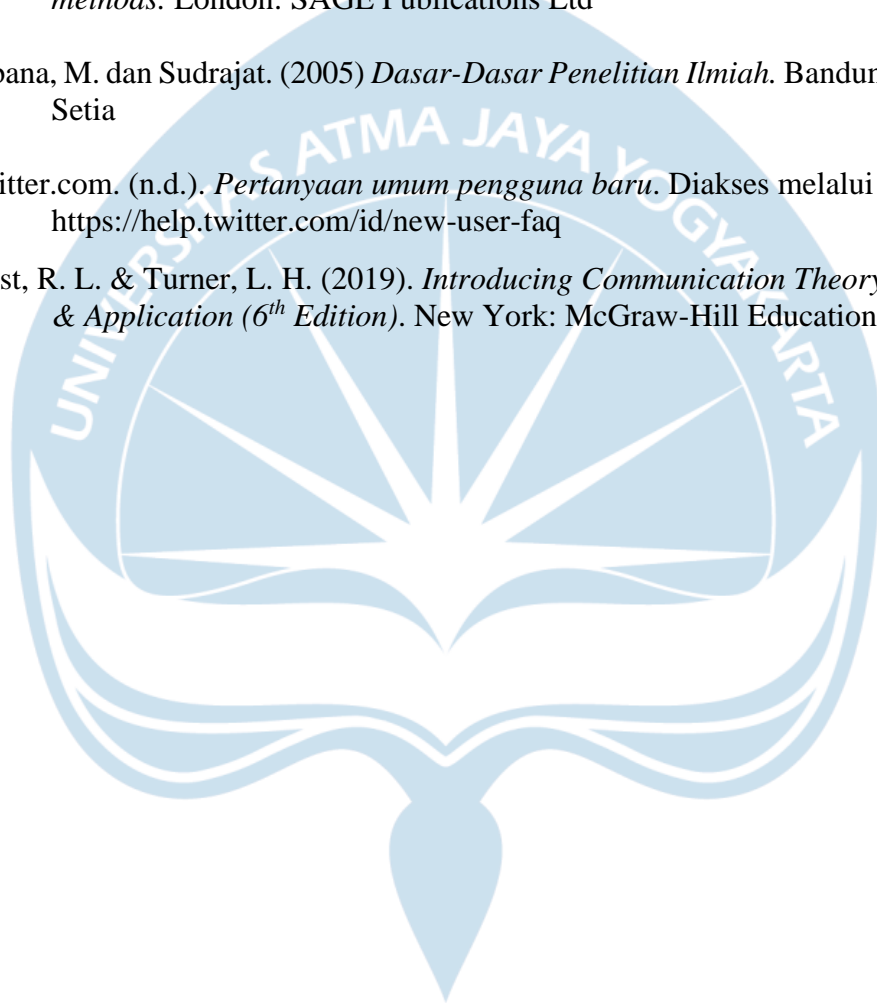
## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut. Dalam ranah akademis, peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian lebih lanjut mengenai motif dan kepuasan penggunaan media dengan secara spesifik membahas terkait motif integratif sosial serta kepuasan kognitif. Dengan melihat dari hasil penelitian bahwa motif integratif sosial dan kepuasan kognitif memiliki nilai terbesar sehingga memiliki potensi untuk digali lebih dalam lagi mengenai masing-masing indikator tersebut. Selain itu, peneliti selanjutnya juga bisa melakukan penelitian terkait komunitas virtual lain di media sosial maupun membandingkan penggunaan satu media sosial dengan media sosial lainnya. Sedangkan dalam ranah praktis, peneliti dapat memberikan saran terhadap admin pengelola akun @kdrama\_menfess untuk lebih memberdayakan lagi komunitas yang sudah terbangun ini dengan memungkinkan kesempatan yang sama untuk para pengikut atau anggotanya ini terhadap segala fitur yang tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoestin, M. A. (2019). *Motif followers dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter*. (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).
- Annur, C. M. (2022). Pengguna Twitter Indonesia Masuk Daftar Terbanyak di Dunia, Urutan Berapa?. *Databoks Katadata*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>
- Azwar, S. (1997). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baran, S. (2020). *ISE eBook Online Access for Introduction to Mass Communication*. [VitalSource Bookshelf]. Retrieved from <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781260590081/>
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fachruddin, A. (2019). *Journalism Today*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jemadu, L. (2022, 23 Februari). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. *Suara.com*. Diakses melalui <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=all>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online PAD SHOPEEHOLIC Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26-40.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. London: iCrossing.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ridhoi, M. A. (2020, 30 November). Berkah Ekonomi Korea dari Demam Drakor Saat Pandemi. *Kata Data*. Diakses melalui <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fc1e1a0e4d3d/berkah-ekonomi-korea-dari-demam-drakor-saat-pandemi>
- Riswandi, D. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Santosa, P.B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistic dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi

- Sari, N. A., Bukhari, B., Usman, U., & Hamzah, P. K. (2019). Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 74-78.
- Severin W. J., & Tankard J. W. (2014). *Communication Theories: Pearson New International Edition PDF eBook*. [VitalSource Bookshelf]. Retrieved from <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781292055329/>
- Sloan, L. & Quan-Haase, A. (2017). *The SAGE handbook of social media research methods*. London: SAGE Publications Ltd
- Subana, M. dan Sudrajat. (2005) *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia
- Twitter.com. (n.d.). *Pertanyaan umum pengguna baru*. Diakses melalui <https://help.twitter.com/id/new-user-faq>
- West, R. L. & Turner, L. H. (2019). *Introducing Communication Theory: Analysis & Application (6<sup>th</sup> Edition)*. New York: McGraw-Hill Education



## LAMPIRAN

### 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

*Motif dan Kepuasan Penggunaan Twitter sebagai Media Komunikasi Penggemar  
Drama Korea*

Responden yang terhormat, perkenalkan saya Giovanni Inan Jelmau, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam rangka penelitian untuk memenuhi tugas akhir atau skripsi, saya hendak meneliti mengenai Motif dan Kepuasan Penggunaan Twitter sebagai Media Komunikasi Penggemar Drama Korea dengan objek penelitian yakni pengikut akun @kdrama\_menfess. Untuk itu, saya memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Sebelum menjawab pertanyaan, silakan mengisi identitas anda terlebih dahulu.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pengikut (*followers*) akun @kdrama\_menfess: Ya/Tidak

**Petunjuk:** Pertanyaan-pertanyaan berikut untuk mengetahui motif-motif yang mendorong anda untuk memilih akun Twitter @kdrama\_menfess untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Silakan memilih satu jawaban dari masing-masing indikator sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan Anda.

**Keterangan pilihan jawaban:**

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Tidak Setuju (TS)
- 3) Tidak Tahu (TT)
- 4) Setuju (S)
- 5) Sangat Setuju (SS)

**Pertanyaan:**

Apa yang Anda **inginkan** ketika mengakses akun *autobase* @kdrama\_menfess?

1. Untuk mendapatkan informasi terbaru atau tertentu seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
2. Untuk memperoleh pengetahuan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
3. Untuk mendapatkan pemahaman tertentu seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
4. Untuk menyalurkan perasaan atau emosi melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
5. Untuk mendapatkan kesenangan atau kedamaian melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
6. Untuk mendapatkan pengalaman baru atau menarik melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
7. Untuk mendapatkan kepercayaan diri melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
8. Untuk meningkatkan kualitas diri melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
9. Untuk menemukan nilai-nilai pribadi melalui pembahasan seputar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
10. Untuk mendapatkan relasi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
11. Untuk menjalin interaksi dan komunikasi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.  
1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

12. Untuk menemukan bahan percakapan dan diskusi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

13. Untuk mengalihkan diri dari permasalahan sehari-hari.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

14. Untuk mengisi waktu luang melalui penggunaan media.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

15. Untuk melepaskan diri dari kesibukan dan bersantai.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

**Petunjuk:** Pertanyaan-pertanyaan berikut untuk mengetahui kepuasan atau pemenuhan kebutuhan yang Anda dapatkan dari penggunaan akun *autobase @kdrama\_menfess* untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Silakan memilih satu jawaban dari masing-masing indikator sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan Anda.

**Keterangan pilihan jawaban:**

- 1) **Sangat Tidak Setuju (STS)**
- 2) **Tidak Setuju (TS)**
- 3) **Tidak Tahu (TT)**
- 4) **Setuju (S)**
- 5) **Sangat Setuju (SS)**

**Pertanyaan:**

Apa yang Anda **dapatkan** setelah mengakses akun *autobase @kdrama\_menfess*?

1. Dapat memperoleh informasi terbaru atau tertentu seputar Drama Korea.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

2. Dapat memperoleh pengetahuan seputar Drama Korea.

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

3. Dapat memperoleh pemahaman seputar Drama Korea

1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS

4. Dapat menyalurkan perasaan atau emosi melalui pembahasan seputar Drama Korea.

- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
5. Dapat memperoleh kesenangan atau kedamaian melalui pembahasan seputar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
6. Dapat memperoleh pengalaman baru atau menarik melalui pembahasan seputar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
7. Dapat memperoleh kepercayaan diri atau status melalui pembahasan seputar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
8. Dapat meningkatkan kualitas diri melalui pembahasan seputar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
9. Dapat menemukan nilai-nilai pribadi melalui pembahasan seputar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
10. Dapat memperoleh relasi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
11. Dapat menjalin interaksi dan komunikasi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
12. Dapat menemukan bahan percakapan dan diskusi dengan pengguna lain sesama penggemar Drama Korea.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
13. Dapat mengalihkan diri dari permasalahan sehari-hari.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
14. Dapat mengisi waktu luang melalui penggunaan media.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS
15. Dapat melepaskan diri dari kesibukan dan bersantai.
- 1)STS      2)TS      3)TT      4)S      5)SS



**2. Tabulasi Jawaban Kuesioner Responden**  
**a. Data Identitas Responden**

No.	Nama/Inisial	Jenis Kelamin	Usia	<i>Followers</i> @kdrama_menfess
1	sc	Perempuan	22	Ya
2	Caca	Perempuan	21	Ya
3	ri	Perempuan	23	Ya
4	h	Perempuan	23	Ya
5	A	Perempuan	26	Ya
6	caca	Perempuan	21	Ya
7	Aghnia Nafizah	Perempuan	20	Ya
8	Gita putri	Perempuan	23	Ya
9	Dewi ayu	Perempuan	20	Ya
10	Izky Sidhunata	Laki-laki	26	Ya
11	L	Perempuan	23	Ya
12	Aisyah	Perempuan	19	Ya
13	HH	Perempuan	24	Ya
14	Lulu Ariesti	Perempuan	40	Ya
15	uha	Perempuan	21	Ya
16	CHVL	Perempuan	25	Ya
17	fristy aulia	Perempuan	21	Ya
18	wanda novia	Perempuan	22	Ya
19	Fitri Kusuma	Perempuan	24	Ya
20	Renita Ayu	Perempuan	21	Ya
21	Citra maharani	Perempuan	23	Ya
22	Ghina vitasari	Perempuan	23	Ya
23	Carletta Soraya	Perempuan	21	Ya
24	AAF	Laki-laki	25	Ya
25	Karisa Elvira	Perempuan	21	Ya
26	Ajeng Paradista	Perempuan	24	Ya
27	Vanya Samantha	Perempuan	26	Ya
28	Tasya Farida	Perempuan	20	Ya
29	Risqi Prisa	Laki-laki	23	Ya

30	kasya ratu	Perempuan	20	Ya
31	dwi ratnasari	Perempuan	21	Ya
32	Adisty Rahma	Perempuan	24	Ya
33	Annida Destyana	Perempuan	20	Ya
34	Shafaluna Putri	Perempuan	25	Ya
35	DMS	Perempuan	24	Ya
36	Fajar Rodiana	Laki-laki	27	Ya
37	Laras Yunisma	Perempuan	24	Ya
38	Nurul Fildzah	Perempuan	24	Ya
39	Dewi lestari	Perempuan	24	Ya
40	Yulianti	Perempuan	25	Ya
41	Nanda marisa	Perempuan	25	Ya
42	Istika Putri	Perempuan	24	Ya
43	Era Ningrum	Perempuan	23	Ya
44	Weni Oktavia	Perempuan	23	Ya
45	Nurturah	Perempuan	26	Ya
46	Hani Agatha	Perempuan	20	Ya
47	HAA	Perempuan	20	Ya
48	Nadia putri	Perempuan	20	Ya
49	Nurul ayu	Perempuan	21	Ya
50	ITL	Laki-laki	22	Ya
51	RAE	Laki-laki	26	Ya
52	Dian Wulandari	Perempuan	22	Ya
53	Dewi Parawita	Perempuan	22	Ya
54	Berliana Azkadina	Perempuan	25	Ya
55	Ryandra Putra	Laki-laki	25	Ya
56	Dhea Arista	Perempuan	24	Ya
57	Yusita dewi	Perempuan	23	Ya
58	Bintang agli	Perempuan	22	Ya
59	Ika Kartika	Perempuan	23	Ya
60	Melina F	Perempuan	25	Ya
61	WFY	Perempuan	26	Ya
62	REW	Perempuan	24	Ya

63	Arief Kurniawan	Laki-laki	24	Ya
64	Intan Permata Permadani	Perempuan	21	Ya
65	Avira Syatta	Perempuan	26	Ya
66	Nanda Miftah	Perempuan	27	Ya
67	Reisya anatasya	Perempuan	22	Ya
68	Kalila andira	Perempuan	22	Ya
69	BAS	Perempuan	24	Ya
70	SAN	Perempuan	23	Ya
71	Airin Rahma	Perempuan	24	Ya
72	Ishanda Utomo	Laki-laki	24	Ya
73	Nurlaila	Perempuan	26	Ya
74	Zara Nurseta	Perempuan	20	Ya
75	Dara Dinanty	Perempuan	23	Ya
76	adelia	Perempuan	20	Ya
77	kanza nabila	Perempuan	19	Ya
78	Shallina Haris	Perempuan	20	Ya
79	SHH	Perempuan	23	Ya
80	Ovy	Perempuan	28	Ya
81	Mdy	Perempuan	30	Ya
82	Aurum dinka	Perempuan	23	Ya
83	YMP	Perempuan	22	Ya
84	Kathlyn Amalia	Perempuan	22	Ya
85	Irahma Pratiwi	Perempuan	24	Ya
86	Alyona sita	Perempuan	25	Ya
87	Arista	Perempuan	24	Ya
88	Mutiara	Perempuan	26	Ya
89	Resya tiranda	Perempuan	23	Ya
90	Kresna Agum	Laki-laki	25	Ya
91	Indri Nirmala	Perempuan	24	Ya
92	Nurul Arimaya	Perempuan	26	Ya
93	Helena Evelyn	Perempuan	25	Ya
94	Natasya Karina	Perempuan	22	Ya
95	Meynia corin	Perempuan	24	Ya

96	Lucita cempaka	Perempuan	24	Ya
97	Kinza Maida	Perempuan	22	Ya
98	NBP	Perempuan	22	Ya
99	Rizqi Amalia	Perempuan	24	Ya
100	S	Perempuan	18	Ya

**b. Data Jawaban Responden (Variabel X)**

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
1	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4	5
6	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	2	4	3
7	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4
8	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
10	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3	5	5
13	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5
14	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
17	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
18	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
19	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
20	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
21	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
23	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
24	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
25	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

26	4	4	5	5	4	5	2	1	2	4	4	4	5	5	4
27	5	5	4	4	5	4	2	2	1	5	5	5	4	4	5
28	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
29	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
30	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
31	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
32	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
33	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
34	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
35	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
36	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
39	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
40	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
41	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
42	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
43	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
44	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
45	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
46	4	5	5	5	5	5	2	2	1	5	4	4	5	5	4
47	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
48	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
49	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
50	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
51	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
52	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
53	4	5	4	2	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
54	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
55	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
56	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
57	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
58	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
59	1	4	5	2	1	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4

60	5	2	4	2	4	5	5	2	4	5	4	5	4	5	4
61	5	4	5	4	2	3	4	5	5	4	5	4	2	4	5
62	5	4	5	5	4	3	4	5	2	4	5	5	4	5	4
63	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
64	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
65	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	5
66	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	5	2	4	5
67	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5
68	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4
69	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
70	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
71	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
72	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
73	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
74	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
75	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
76	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
77	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
78	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
79	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
80	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5
81	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
82	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
84	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
85	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
86	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
87	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
88	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
90	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
91	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
92	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

94	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
95	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	4	5
96	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
97	5	4	5	4	4	5	2	2	2	5	5	4	4	4	5
98	5	4	5	4	4	5	2	4	2	5	5	4	4	5	5
99	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5

**c. Data Jawaban Responden (Variabel Y)**

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
6	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
7	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
8	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4
9	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5
10	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
11	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	2	5	4
12	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5
13	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5
14	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
17	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
18	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
19	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
20	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
21	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
23	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

24	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
25	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
26	5	4	4	5	4	5	5	2	1	4	4	5	4	4	4
27	4	5	5	4	5	4	4	2	1	4	5	4	5	5	5
28	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
29	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
30	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
31	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
32	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
33	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
34	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
35	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
36	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
39	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
41	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
42	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
43	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
44	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
45	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
46	5	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
47	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
48	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
49	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
50	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
51	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
52	4	4	5	4	4	5	5	4	2	4	5	4	5	5	4
53	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
54	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4
55	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
56	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
57	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4



58	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
59	4	5	4	5	5	4	5	2	1	4	5	4	3	4	5
60	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	2	4	5	4	4
61	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5
62	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	3	4	5	4	5
63	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
64	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
65	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
66	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
67	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
68	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
69	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
70	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
71	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
72	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
73	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
74	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
75	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
76	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
77	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
78	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
79	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
80	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
81	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
82	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
84	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
85	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
86	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
87	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
88	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
89	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
90	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
91	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5

92	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
94	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
95	5	4	4	4	5	4	2	4	5	4	3	4	5	4	4
96	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
97	5	4	5	5	4	4	2	2	2	5	5	4	4	5	5
98	5	4	5	4	4	5	2	4	2	5	5	4	4	5	5
99	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5



### 3. Tabel Validitas Variabel X (Motif Penggunaan Media)

		Correlations															TotalX
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	TotalX
X1	Pearson Correlation	1	.729**	.694**	.481**	.764**	.703**	.638**	.547**	.479**	.714**	.768**	.688**	.324	.525**	.610**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000	.000	.000	.002	.007	.000	.000	.000	.080	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.729**	1	.713**	.567**	.724**	.746**	.495**	.587**	.513**	.717**	.619**	.926**	.304	.514**	.713**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.005	.001	.004	.000	.000	.000	.103	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.694**	.713**	1	.727**	.720**	.754**	.549**	.460*	.465**	.683**	.630**	.655**	.232	.512**	.594**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.010	.010	.000	.000	.000	.218	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.481**	.567**	.727**	1	.611**	.606**	.412*	.415*	.398*	.656**	.511**	.504**	.370*	.450*	.569**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.000		.000	.000	.024	.023	.029	.000	.004	.004	.044	.013	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.764**	.724**	.720**	.611**	1	.631**	.476**	.403*	.331	.743**	.715**	.703**	.172	.473**	.621**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.008	.027	.074	.000	.000	.000	.363	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.703**	.746**	.754**	.606**	.631**	1	.519**	.547**	.498**	.684**	.713**	.704**	.357	.607**	.539**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.002	.005	.000	.000	.000	.053	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.638**	.495**	.549**	.412*	.476**	.519**	1	.879**	.817**	.567**	.620**	.551**	.288	.445*	.549**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.002	.024	.008	.003		.000	.000	.001	.000	.002	.123	.014	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.547**	.587**	.460*	.415*	.403*	.547**	.879**	1	.807**	.621**	.549**	.627**	.262	.423*	.564**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.010	.023	.027	.002	.000		.000	.000	.002	.000	.162	.020	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.479**	.513**	.465**	.398*	.331	.498**	.817**	.807**	1	.512**	.458*	.533**	.167	.442*	.502**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.007	.004	.010	.029	.074	.005	.000	.000		.004	.011	.002	.376	.015	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.714**	.717**	.683**	.656**	.743**	.684**	.567**	.621**	.512**	1	.685**	.767**	.423*	.630**	.808**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.004		.000	.000	.020	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.768**	.619**	.630**	.511**	.715**	.713**	.620**	.549**	.458*	.685**	1	.687**	.458*	.561**	.679**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.011	.000		.000	.011	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.688**	.926**	.655**	.504**	.703**	.704**	.551**	.627**	.533**	.767**	.687**	1	.363*	.558**	.754**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.002	.000	.002	.000	.000		.049	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.324	.304	.232	.370*	.172	.357	.288	.262	.167	.423*	.458*	.363*	1	.434*	.493**	.481**
	Sig. (2-tailed)	.080	.103	.218	.044	.363	.053	.123	.162	.376	.020	.011	.049		.016	.006	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.525**	.514**	.512**	.450*	.473**	.607**	.445*	.423*	.442*	.630**	.561**	.558**	.434*	1	.615**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.004	.013	.008	.000	.014	.020	.015	.000	.001	.001	.016		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.610**	.713**	.594**	.569**	.621**	.539**	.549**	.564**	.502**	.808**	.679**	.754**	.493**	.615**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.000	.002	.002	.001	.005	.000	.000	.000	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX	Pearson Correlation	.829**	.846**	.804**	.712**	.771**	.824**	.778**	.770**	.705**	.876**	.824**	.858**	.481**	.695**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 4. Tabel Validitas Variabel Y (Kepuasan Penggunaan Media)

		Correlations															TotalY
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.618**	.699**	.293	.694**	.710**	.756**	.538**	.528**	.806**	.821**	.736**	.198	.332	.333	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.117	.000	.000	.000	.002	.003	.000	.000	.000	.295	.073	.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.618**	1	.762**	.074	.698**	.569**	.613**	.503**	.404*	.737**	.690**	.801**	.193	.288	.206	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.697	.000	.001	.000	.005	.027	.000	.000	.000	.306	.122	.275	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.699**	.762**	1	.103	.719**	.490**	.620**	.465**	.324	.716**	.824**	.623**	.288	.252	.373*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.588	.000	.006	.000	.010	.081	.000	.000	.000	.122	.180	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.293	.074	.103	1	.126	.615**	.509**	.305	.194	.351	.169	.362*	.281	.221	.400*	.431*
	Sig. (2-tailed)	.117	.697	.588		.507	.000	.004	.101	.303	.057	.371	.049	.133	.240	.029	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.694**	.698**	.719**	.126	1	.531**	.698**	.567**	.417*	.805**	.812**	.713**	.505**	.336	.382*	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.507		.003	.000	.001	.022	.000	.000	.000	.004	.070	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.710**	.569**	.490**	.615**	.531**	1	.763**	.580**	.505**	.676**	.630**	.726**	.350	.383*	.301	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.006	.000	.003		.000	.001	.004	.000	.000	.000	.058	.037	.107	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.756**	.613**	.620**	.509**	.698**	.763**	1	.545**	.429*	.770**	.656**	.784**	.336	.243	.529**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000		.002	.018	.000	.000	.000	.069	.196	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.538**	.503**	.465**	.305	.567**	.580**	.545**	1	.766**	.709**	.539**	.598**	.341	.379*	.276	.772**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.010	.101	.001	.001	.002		.000	.000	.002	.000	.065	.039	.140	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.528**	.404*	.324	.194	.417*	.505**	.429*	.766**	1	.575**	.486**	.457*	.220	.136	.176	.649**
	Sig. (2-tailed)	.003	.027	.081	.303	.022	.004	.018	.000		.001	.006	.011	.243	.473	.353	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.806**	.737**	.716**	.351	.805**	.676**	.770**	.709**	.575**	1	.781**	.842**	.256	.444*	.382*	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.057	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.173	.014	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.821**	.690**	.824**	.169	.812**	.630**	.656**	.539**	.486**	.781**	1	.706**	.361*	.294	.359	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.371	.000	.000	.000	.002	.006	.000		.000	.050	.114	.051	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.736**	.801**	.623**	.362*	.713**	.726**	.784**	.598**	.457*	.842**	.706**	1	.252	.339	.393*	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.049	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000		.180	.067	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.198	.193	.288	.281	.505**	.350	.336	.341	.220	.256	.361*	.252	1	.471**	.442*	.472**
	Sig. (2-tailed)	.295	.306	.122	.133	.004	.058	.069	.065	.243	.173	.050	.180		.009	.014	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.332	.288	.252	.221	.336	.383*	.243	.379*	.136	.444*	.294	.339	.471**	1	.290	.471**
	Sig. (2-tailed)	.073	.122	.180	.240	.070	.037	.196	.039	.473	.014	.114	.067	.009		.121	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.333	.206	.373*	.400*	.382*	.301	.529**	.276	.176	.382*	.359	.393*	.442*	.290	1	.503**
	Sig. (2-tailed)	.072	.275	.042	.029	.037	.107	.003	.140	.353	.037	.051	.031	.014	.121		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalY	Pearson Correlation	.846**	.767**	.765**	.431*	.833**	.813**	.849**	.772**	.649**	.919**	.850**	.867**	.472**	.471**	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.009	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



## 5. Tabel Reliabilitas Variabel X (Motif Penggunaan Media)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	15

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	58.8000	99.062	.798	.945
X2	58.9667	98.378	.817	.945
X3	59.1333	100.533	.772	.946
X4	58.9667	100.654	.661	.948
X5	59.0000	102.345	.738	.947
X6	59.0000	99.517	.793	.945
X7	59.2667	98.202	.733	.947
X8	59.3667	97.275	.721	.947
X9	59.4333	99.771	.648	.949
X10	59.0000	97.862	.853	.944
X11	58.9000	101.128	.797	.945
X12	58.9667	100.723	.837	.945
X13	59.3667	106.309	.412	.953
X14	58.9000	103.955	.655	.948
X15	59.1333	100.189	.793	.945

## 6. Tabel Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Penggunaan Media)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	15

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	59.9333	67.099	.817	.929
Y2	60.0333	68.378	.725	.931
Y3	60.0667	68.478	.724	.931
Y4	60.0333	74.792	.377	.939
Y5	60.1000	67.059	.801	.929
Y6	60.1000	66.852	.775	.930
Y7	60.3667	67.206	.820	.929
Y8	60.4000	65.834	.719	.932
Y9	60.5333	67.223	.567	.938
Y10	59.9333	65.444	.901	.926
Y11	59.9667	67.068	.821	.928
Y12	60.0333	66.378	.839	.928
Y13	60.1000	74.093	.417	.938
Y14	59.9667	73.895	.413	.938
Y15	60.0333	73.620	.449	.937

## 7. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel X (Motif Penggunaan Media)

### a. Motif Kognitif (X1,X2,X3)

#### 1) Mean dan Total

		Statistics		
		Motif Kognitif: Untuk mendapatkan informasi terbaru	Motif Kognitif: Untuk mendapatkan pengetahuan tertentu	Motif Kognitif: Untuk mendapatkan pemahaman
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.54	4.54	4.49
Sum		454	454	449

#### 2) Frekuensi Jawaban Responden

##### Motif Kognitif: Untuk mendapatkan informasi terbaru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	42	42.0	42.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

##### Motif Kognitif: Untuk mendapatkan pengetahuan tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	2.0
	Setuju	41	41.0	41.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

##### Motif Kognitif: Untuk mendapatkan pemahaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	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	

**b. Motif Afektif (X4,X5,X6)**

1) Mean dan Total

		<b>Statistics</b>		
		Motif Afektif: Untuk menyalurkan perasaan/em osional	Motif Afektif: Untuk memperoleh kesenangan tertentu	Motif Afektif: Untuk mendapatkan pengalaman baru/menarik
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.43	4.43	4.49
Sum		443	443	449

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Motif Afektif: Untuk menyalurkan perasaan/emosional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	8.0
	Setuju	36	36.0	36.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Afektif: Untuk memperoleh kesenangan tertentu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	3.0
	Setuju	48	48.0	48.0	51.0
	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Motif Afektif: Untuk mendapatkan pengalaman baru/menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	47	47.0	47.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

c. **Motif Integratif Pribadi (X7,X8,X9)**

1) Mean dan Total

		<b>Statistics</b>		
		Motif Integratif Pribadi: Untuk memperoleh kepercayaan diri	Motif Integratif Pribadi: Untuk meningkatkan kualitas diri	Motif Integratif Pribadi: Untuk menemukan nilai-nilai pribadi
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.27	4.24	4.10
Sum		427	424	410

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Motif Integratif Pribadi: Untuk memperoleh kepercayaan diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	8.0
	Setuju	52	52.0	52.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Integratif Pribadi: Untuk meningkatkan kualitas diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	9.0
	Setuju	51	51.0	51.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Integratif Pribadi: Untuk menemukan nilai-nilai pribadi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Tidak Tahu	6	6.0	6.0	12.0
	Setuju	58	58.0	58.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**d. Motif Integratif Sosial (X10, X11, X12)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Motif Integratif Sosial: Untuk membuat relasi/koneksi baru	Motif Integratif Sosial: Untuk berkomunikasi dan berinteraksi	Motif Integratif Sosial: Untuk menemukan bahan diskusi
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.59	4.51	4.62
Sum		459	451	462

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Motif Integratif Sosial: Untuk membuat relasi/koneksi baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	37	37.0	37.0	39.0
	Sangat Setuju	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Integratif Sosial: Untuk berkomunikasi dan berinteraksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	2.0
	Setuju	44	44.0	44.0	46.0
	Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Integratif Sosial: Untuk menemukan bahan diskusi**

		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	

e. **Motif Pelepas Ketegangan (X13,X14,X15)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Motif Pelepas Ketegangan: Untuk mengalihkan diri dari permasalahan	Motif Pelepas Ketegangan: Untuk mengisi waktu luang/santai	Motif Pelepas Ketegangan: Untuk melepaskan penat dari kesibukan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.22	4.49	4.48
Sum		422	449	448

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Motif Pelepas Ketegangan: Untuk mengalihkan diri dari permasalahan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Tahu	5	5.0	5.0	12.0
	Setuju	47	47.0	47.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Motif Pelepas Ketegangan: Untuk mengisi waktu luang/santai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	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	

**Motif Pelepas Ketegangan: Untuk melepaskan penat dari kesibukan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	46	46.0	46.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## 8. Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Y (Kepuasan Penggunaan Media)

### a. Kepuasan Kognitif (Y1,Y2,Y3)

#### 1) Mean dan Total

		Kepuasan Kognitif: Mendapatkan informasi terbaru	Kepuasan Kognitif: Mendapatkan pengetahuan tertentu	Kepuasan Kognitif: Mendapatkan pemahaman
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.53	4.50	4.49
Sum		453	450	449

#### 2) Frekuensi Jawaban Responden

##### Kepuasan Kognitif: Mendapatkan informasi terbaru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	45	45.0	45.0	46.0
	Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

##### Kepuasan Kognitif: Mendapatkan pengetahuan tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	50	50.0	50.0	50.0
	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

##### Kepuasan Kognitif: Mendapatkan pemahaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	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	

**b. Kepuasan Afektif (Y4,Y5,Y6)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Kepuasan Afektif: Dapat menyalurkan perasaan/kebutuhan emosional	Kepuasan Afektif: Memperoleh kesenangan tertentu	Kepuasan Afektif: Mendapatkan pengalaman baru/menarik
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.52	4.45	4.46
Sum		452	445	446

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Kepuasan Afektif: Dapat menyalurkan perasaan/kebutuhan emosional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	2.0
	Setuju	43	43.0	43.0	45.0
	Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Afektif: Memperoleh kesenangan tertentu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	53	53.0	53.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Afektif: Mendapatkan pengalaman baru/menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	50	50.0	50.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

c. **Kepuasan Integratif Pribadi (Y7,Y8,Y9)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Kepuasan Integratif Pribadi: Memperoleh kepercayaan diri	Kepuasan Integratif Pribadi: Meningkatkan kualitas diri	Kepuasan Integratif Pribadi: Menemukan nilai-nilai pribadi
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.35	4.30	4.18
Sum		435	430	418

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Kepuasan Integratif Pribadi: Memperoleh kepercayaan diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Tahu	5	5.0	5.0	8.0
	Setuju	46	46.0	46.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Integratif Pribadi: Meningkatkan kualitas diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Tahu	7	7.0	7.0	11.0
	Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Integratif Pribadi: Menemukan nilai-nilai pribadi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	6.0
	Tidak Tahu	4	4.0	4.0	10.0
	Setuju	53	53.0	53.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**d. Kepuasan Integratif Sosial (Y10,Y11,Y12)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Kepuasan Integratif Sosial: Dapat membuat relasi/koneksi baru	Kepuasan Integratif Sosial: Dapat berkomunikasi dan berinteraksi	Kepuasan Integratif Sosial: Dapat menemukan bahan diskusi
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.49	4.43	4.52
Sum		449	443	452

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Kepuasan Integratif Sosial: Dapat membuat relasi/koneksi baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	42	42.0	42.0	46.0
	Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Integratif Sosial: Dapat berkomunikasi dan berinteraksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Tahu	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	48	48.0	48.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Integratif Sosial: Dapat menemukan bahan diskusi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	46	46.0	46.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

e. **Kepuasan Pelepas Ketegangan (Y13,Y14,Y15)**

1) Mean dan Total

**Statistics**

		Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat mengalihkan diri dari permasalahan	Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat mengisi waktu luang/santai	Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat melepaskan penat dari kesibukan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.36	4.49	4.54
Sum		436	449	454

2) Frekuensi Jawaban Responden

**Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat mengalihkan diri dari permasalahan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Tahu	5	5.0	5.0	7.0
	Setuju	48	48.0	48.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat mengisi waktu luang/santai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	47	47.0	47.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Pelepas Ketegangan: Dapat melepaskan penat dari kesibukan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Tahu	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	42	42.0	42.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**9. Tabel Mean, Sum, dan Frekuensi Variabel X Total (Motif Penggunaan Media) dan Variabel Y Total (Kepuasan Penggunaan Media)**

**Statistics**

		Motif Penggunaan Media	Kepuasan Penggunaan Media
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		66.44	66.61
Sum		6644	6661

**Motif Penggunaan Media**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 55	1	1.0	1.0	1.0
56	1	1.0	1.0	2.0
58	2	2.0	2.0	4.0
59	1	1.0	1.0	5.0
60	3	3.0	3.0	8.0
61	3	3.0	3.0	11.0
62	1	1.0	1.0	12.0
63	2	2.0	2.0	14.0
64	6	6.0	6.0	20.0
65	6	6.0	6.0	26.0
66	9	9.0	9.0	35.0
67	34	34.0	34.0	69.0
68	11	11.0	11.0	80.0
69	8	8.0	8.0	88.0
70	3	3.0	3.0	91.0
71	3	3.0	3.0	94.0
72	3	3.0	3.0	97.0
73	1	1.0	1.0	98.0
74	1	1.0	1.0	99.0
75	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Penggunaan Media**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 50	1	1.0	1.0	1.0
56	2	2.0	2.0	3.0
57	1	1.0	1.0	4.0
59	1	1.0	1.0	5.0
60	3	3.0	3.0	8.0
61	4	4.0	4.0	12.0
62	2	2.0	2.0	14.0
63	2	2.0	2.0	16.0
64	3	3.0	3.0	19.0
65	4	4.0	4.0	23.0
66	6	6.0	6.0	29.0
67	25	25.0	25.0	54.0
68	21	21.0	21.0	75.0
69	12	12.0	12.0	87.0
70	6	6.0	6.0	93.0
71	2	2.0	2.0	95.0
72	2	2.0	2.0	97.0
74	1	1.0	1.0	98.0
75	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	