

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Blog adalah sarana yang sangat mudah digunakan untuk menulis dan mempublikasikan apapun di internet. Dengan blog, setiap orang dapat menyampaikan segala hal dalam bentuk tulisan, gambar, dan video secara gratis. Konten yang disampaikan tidak terbatas. Setiap orang bisa menyampaikan isi pikiran yang sederhana seperti diari hingga menulis berita secara individu (*citizen journalism*). *Citizen journalism* mengacu kepada partisipasi aktif masyarakat dalam memberikan tanggapan, hingga mempublikasikan konten, berita dan sebagainya di media seperti menjadi blogger atau menjadi kontributor media massa. Sebagaimana dalam buku *The Encyclopedia of Journalism: A-C, Volume 1*, *citizen journalism* dapat didefinisikan sebagai berikut;

“...citizen journalists can be individuals making a single contribution (a fact, correction, photo, etc.), bloggers, or professionals editing citizen content for "professional-amateur" (pro-am) sites which integrates the works of professional staff and citizen contributors.”¹

Budaya *citizen journalism* di Indonesia sendiri telah marak sejak peristiwa bencana tsunami di Aceh. Saat itu banyak berita dan laporan yang dipublikasikan oleh warga dan terbukti berita langsung dari korban dapat mengalahkan berita

¹Christopher H. Sterling, *The Encyclopedia of Journalism : A-C Volume 1*,(California: Sage Publication. Inc, 2009), hm. 297.

yang dibuat oleh jurnalis profesional.² Sejak itu banyak muncul situs berisi berita maupun tulisan yang diproduksi secara bebas oleh masyarakat secara individu. Sarana internet, khususnya blog membuat siapapun leluasa memproduksi konten apapun dengan mudah.

Apapun yang dipublikasikan melalui blog, akan dilihat dan dibaca oleh pengguna internet yang jumlahnya bisa mencapai jutaan bahkan lebih. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), dalam situs resminya kominfo.go.id, di Indonesia sendiri, pengguna internet mencapai 82 juta orang pada tahun 2013. Jumlah tersebut merupakan urutan terbesar ke-8 terbanyak di dunia.³ Bahkan di tahun 2014, sudah menduduki urutan ke-6 dengan jumlah pengguna internet sebanyak 83,7 juta orang. Ini merupakan perkembangan yang sangat cepat. Sebagaimana dikutip dari kompas.com, e-marketers memperkirakan pada tahun 2017, pengguna internet akan mencapai 112 juta orang, yaitu menduduki peringkat ke-5 di dunia.⁴ Terakhir, di tahun 2015, Asosiasi Penyedia

² Dikutip dari Wikipedia Bahasa Indonesia, “Jurnalisme Warga”, https://id.wikipedia.org/wiki/Jurnalisme_warga, diakses pada tanggal 06 Februari 2016, pukul 13. 20 WIB.

³ “Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta Jiwa”, http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VrYLnTG2X5c, diakses pada tanggal 06 Februari 2016, pukul 22.11 WIB.

⁴ Oik Yusuf, “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia”, <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia>, diakses pada tanggal 06 Februari 2016, pukul 22.18 WIB.

Jasa Internet Indonesia (APJII) telah merilis hasil riset nasional terkait jumlah pengguna dan penetrasi internet di Indonesia berjumlah 88,1 juta orang.⁵

Potensi tersebut kemudian menumbuhkan budaya *blogging* (aktivitas menulis dan mengelola blog) di masyarakat. Banyak orang terkenal berawal dari aktivitas blogging ini. Misalnya Raditya Dika yang mempublikasikan cerita-cerita komedi melalui blognya kambingjantan.com. Tulisan-tulisannya kemudian membuatnya terkenal di jagat maya. Lalu ia semakin dikenal setelah menjadikan tulisannya menjadi novel komedi, yang akhirnya mengangkatnya menjadi orang terkenal ke layar televisi dan layar lebar.

Blogger lainnya seperti Cosa Aranda yang terkenal di dunia maya karena kesuksesan karirnya sebagai blogger. Cosa Aranda memiliki sejumlah blog yang menjadikannya terkenal sebagai profesional blogger dan menjadikan blog sebagai mata pencahariannya. Selain Cosa Aranda dan Raditya Dika, banyak blogger lainnya yang memanfaatkan blog sebagai sarana berbagai hal. Tidak hanya ajang eksistensi diri, tetapi juga menjadikan blog sebagai mata pencaharian. Namun, pengguna blog bisa mengoptimalkan blognya ini karena dapat menguasai keterampilan *blogging*. Tidak hanya teknik tetapi juga mampu mengisinya dengan konten-konten yang berkualitas.

Program Studi (prodi) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto merupakan prodi yang dapat mengantarkan mahasiswa

⁵ Adhi Maulana, "Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 88,1 Juta", <http://tekno.liputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta>, diakses pada tanggal 06 Februari 2016, pukul 22.27 WIB.

untuk menggunakan blog secara optimal. Materi kuliah dalam prodi KPI mencakup dua hal yang dibutuhkan untuk mengelola blog, yaitu konten dan teknik. Apabila berbicara mengenai penggunaan blog secara optimal, tidak semua program studi mengajarkan mahasiswanya mencakup dua hal tersebut sekaligus. Hal inilah yang merupakan potensi prodi KPI dalam mengoptimalkan keberadaan blog. Meskipun blog merupakan media yang bisa dikelola secara otodidak, namun tidak semua orang akan dapat menggunakannya secara maksimal. Dengan adanya materi kuliah yang menunjang, maka dapat mengantarkan mahasiswa untuk mengoptimalkan potensi blog.

Pertama, konten atau isi. Orang biasanya mendaftar blog, kemudian menuliskan idenya. Namun, kebanyakan mereka berhenti mengelola blog tersebut karena kehabisan ide menulis. Akan tetapi prodi KPI membekali mahasiswa terkait konten yang bisa dibubuhkan dalam blog, mencakup materi dakwah, jurnalistik, teknik menulis, fotografi, desain grafis, dan teknik reportase. Melalui bekal tersebut, dapat memicu mahasiswa untuk memperoleh ide tulisan yang banyak dan dapat mengemas tulisan yang baik dan efektif.

Kedua, teknis. Secara teknis, blog adalah media yang mudah digunakan oleh siapapun. Meskipun demikian, perlu materi pendukung yang memudahkan mahasiswa untuk menggunakannya. KPI membekali mahasiswa terkait teknik meliputi cyber media dan pembelajaran basic html (hypertext markup language) atau bahasa pemrograman untuk web. Bekal ini diperlukan dalam mengelola blog, karena dalam aktivitas *blogging* (nge-blog) tidak terlepas dari penggunaan kode-

kode html sederhana, karena blog akan optimal nantinya bila oleh penggunanya dirancang sedemikian rupa sehingga menarik bagi pembaca.

Melihat bekal materi kuliah tersebut, idealnya mahasiswa KPI dapat memanfaatkan potensi blog dengan optimal. Namun, hal itu belum terdengar adanya. Optimalisasi blog dapat membuat penggunanya, setidaknya dikenal sebagai blogger di lingkungannya, atau memiliki pendapatan dari blog. Indikator tersebut merupakan ciri seorang blogger sukses yang nampak di dunia nyata, sedangkan di dunia maya, ia memiliki blog yang banyak dikunjungi pengguna internet lainnya dengan trafik yang tinggi, banyak orang mengomentari tulisannya, dan sebagainya.⁶

Meskipun demikian, tentu ada mahasiswa KPI yang menggunakan blog dan memiliki motivasi sendiri dalam menggunakannya. Hal ini perlu diketahui sebagai langkah awal untuk mengetahui pemanfaatan dan optimalisasi potensi blog bagi mahasiswa KPI. Oleh karena itu, penulis perlu menekankan penelitian terhadap motivasi mahasiswa KPI IAIN Purwokerto dalam menggunakan blog.

⁶ Dikutip dari beberapa pendapat blogger, di antaranya blog *Catatan Harian Irfan*, “Beberapa Ciri Blog dan Blogger Sukses”, <http://catatan-dia.blogspot.co.id/2013/05/beberapa-ciri-blog-dan-blogger-yang.html#.VrYV9DG2X5c>, dan <http://websitecariuang.com/ciri-ciri-blog-sukses-2015/>, yang diakses pada tanggal 06 Februari 2016 pukul 23.01 WIB.

B. Penegasan Istilah

a. Motivasi

Menurut Kamus Ilmiah Populer, pada dasarnya pengertian motivasi adalah dorongan, alasan, atau tujuan tindakan.⁷ Pengertian tersebut lebih terperinci lagi dalam teori motivasi Abraham Maslow bahwa pada dasarnya manusia memiliki 5 tingkatan kebutuhan pokok, yaitu kebutuhan fisiologis (rasa lapar, haus, dan sebagainya), keamanan, sosial, dan aktualisasi diri. Menurut Maslow, hierarki 5 kebutuhan tersebut dapat dipakai untuk meramalkan atau melukiskan motivasi seseorang.⁸

b. Blog

Teguh Wahyono dalam bukunya *Blogspot, Panduan Praktis Membuat, Mengelola, dan Mempromosikan Blog*⁹ memaparkan pengertian blog dan hal-hal terkait blog. Blog adalah kependekan dari *Weblog*. Teguh mengutip pengertian blog menurut blogger.com, bahwa blog adalah “*easy to use website*” atau website yang interaktif, yang dapat digunakan dengan mudah oleh penggunanya, sehingga pengguna dapat melakukan manajemen isi wb tersebut dengan mudah, dan semua dapat diperoleh dengan gratis (*free*).

Teguh melanjutkan, tidak ada aturan baku mengenai apa yang harus diisi dalam blog. Pengguna bisa mengisi catatan harian, biodata, ide-ide, gagasan

⁷ Tim Prima Pena, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Gramedia Press, 2006), hlm. 320.

⁸ Stephen P. Robins dan Timothy A. Judge, *Prilaku Organisasi, Organizational Behavior* Edisi 12, terj. Diana Angelica dkk. (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 223.

⁹ Teguh Wahyono, *Blogspot, Panduan Praktis Membuat, Mengelola, dan Mempromosikan Blog*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), hlm. 1-2.

pribadi, foto, video, koleksi link, berita, dan lain-lain. Aktivitas blog sering disebut dengan istilah *blogging*, dan orang yang melakukannya disebut *blogger*.

c. Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto

Mahasiswa IAIN Purwokerto yang penulis maksudkan adalah mahasiswa aktif program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto angkatan tahun 2012/2013, 2013/2014, 2014/2015, dan 2015/2016.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa motivasi mahasiswa KPI IAIN Purwokerto dalam menggunakan blog?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui motivasi mahasiswa KPI IAIN Purwokerto dalam menggunakan blog.

b. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengemangan ilmu di Fakultas Dakwah, khususnya program studi Komunikasi Penyiaran Islam tentang blog dan media internet.

2. Manfaat Praktis

Pada tataran praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

- a) Bagi mahasiswa KPI IAIN Purwokerto untuk menanamkan motivasi menggunakan blog lebih optimal.
- b) Bagi lembaga Fakultas Dakwah, khususnya prodi KPI supaya mengembangkan pembekalan tentang internet atau *cyer media* dan materi lain yang mendukung untuk memanfaatkan media baru khususnya blog secara optimal.
- c) Bagi Laboratorium Dakwah supaya lebih mengasah potensi mahasiswa dalam menggunakan *cyber media* khususnya blog dengan pembekalan yang menunjang.

E. Kajian Pustaka

Ada beberapa penelitian seelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Misalnya penelitian I Putu Sugiarta Sanjaya, Mahasiswa

Universitas Atmajaya Yogyakarta dalam jurnal *Kinerja*,¹⁰ dengan judul penelitiannya “Pengaruh Rasa Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Berprilaku (*Beahavioral Intention*) Para Mahasiswa dan Mahasiswi dalam Penggunaan Internet”.

Melalui penelitiannya ia ingin membuktikan apakah manfaat dan kemudahan dapat mempengaruhi minat berperilaku para mahasiswa dan mahasiswi dalam penggunaan Internet. Hasilnya, manfaat (*perceived usefulness*) dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Hal ini didukung oleh suatu premis yang menyatakan bahwa seseorang akan menggunakan suatu teknologi (komputer) jika teknologi (komputer) ini memberi manfaat atau hasil yang positif bagi para penggunanya. Akan tetapi, studi ini gagal membuktikan pengaruh kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat berperilaku para mahasiswa dan mahasiswi dalam menggunakan internet.

Selanjutnya penelitian yang hampir serupa juga dilakukan oleh Putra Oktafiyen Pratama, dkk. dari Universitas Brawijaya Malang. Tulisannya dipublikasikan dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)¹¹. Judul penelitiannya adalah “Pengaruh Pengalaman, Kemanfaatan, Serta Kemudahan Terhadap Minat Dan Penggunaan Blog Mahasiswa, (Studi pada Pengguna Blog Mahasiswa

¹⁰ I Putu Sugiarta Sanjaya, “Pengaruh Rasa Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Berprilaku (*Beahavioral Intention*) Para Mahasiswa dan Mahasiswi dalam Penggunaan Internet”, *Kinerja*, Volume 9, no. 2, Tahun 2009, hlm. 113-122.

¹¹ Oktafiyen Pratama, dkk, *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB)| Vol. 1 No. 1 Januari 2015.

Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang)”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengalaman, kemudahan, serta kemanfaatan terhadap minat dan penggunaan blog mahasiswa. Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna fasilitas blog mahasiswa Universitas Brawijaya dengan sampel 116 responden. Hasilnya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengalaman serta kemudahan terhadap minat menggunakan, namun variabel kemanfaatan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan variabel kemudahan serta kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan fasilitas blog Universitas Brawijaya, akan tetapi pengalaman berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel penggunaan.

Terakhir, kajian pustaka yang penulis dapatkan adalah skripsi Anggia Dewi Fransiska Manurung, dari Universitas Atmajaya Yogyakarta dengan judul “Motivasi Mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Menggunakan Blog (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Motivasi Mahasiswa Komunikasi UAJY dalam Menggunakan Blog)”¹². Penelitian ini menguji motivasi

¹² Anggia Dewi Fransiska Manurung, 2010. Skripsi. “Motivasi Mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Dalam Menggunakan Blog (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Motivasi Mahasiswa Komunikasi UAJY dalam menggunakan blog)”, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unversitas Atma Jaya Yogyakarta.

mahasiswa Komunikasi Universitas Atmajaya dengan menggunakan teori motivasi Stephen P. Robbins dipadukan dengan teori konsep khalayak aktif Blumer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa blog nampaknya menjadi alternatif bagi mahasiswa komunikasi UAJY. Dari 89 sampel yang diambil secara purposif di kampus FISIP UAJY menjawab 21 pernyataan kuesioner motivasi blogger. Kebutuhan mereka akan kreatifitas, informasi, sosialisasi bisa didapat dengan penggunaan blog. Mereka juga berpendapat bahwa blogger dengan mudah mengakses, update, dan mempublikasikan tulisan-tulisan mereka. Saat ada waktu luang blog menjadi salah satu kegiatan yang menyenangkan. Kegiatan itu seperti membuat desain blog yang menarik atau hanya sekedar menulis layaknya menulis diari.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan disusun dalam lima bab. Di sini akan penulis uraikan penyusunan sistematika pembahasannya, yaitu:

Bab I berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II berisi kerangka teori yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian. Teori yang dibahas adalah teori-teori yang paling koheren dengan penelitian, di antaranya: membahas blog beserta sejarah singkat dan fenomena kontemporer mengenai budaya blogging. Kemudian membahas tentang internet,

Computer Mediated Communication (CMC) untuk memahami konsep komunikasi internet atau media baru. Terakhir, teori motivasi yang paling berkaitan dengan motivasi menggunakan blog.

Bab III membahas metodologi penelitian dengan lebih rinci supaya penulis dapat melakukan penelitian dengan akurat dan lebih terukur. Pada bab ini akan mencakup pendekatan dan jenis penelitian, teknik pengumpulan data baik primer maupun sekunder, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Teknik Analisa Data mencakup skala pengukuran data, uji validitas, reliabilitas, distribusi frekuensi, dan tabulasi silang.

Bab IV memuat laporan hasil penelitian dengan memaparkan motivasi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto dalam menggunakan blog, yang meliputi populasi mahasiswa KPI dan data mahasiswa KPI yang menggunakan blog, kemudian membahas proses analisis data yang diujikan kepada seluruh mahasiswa KPI yang menggunakan blog.

Bab V merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan, saran-saran dan kata-kata penutup, lampiran-lampiran, dan daftar pustaka.

BAB II

LANDASAN TEORI

McQuails¹³ mengatakan bahwa yang perlu diperhatikan dalam teori maupun penelitian komunikasi adalah sumber dan penerima, fungsi dan tujuan komunikasi, apa medium dari komunikasi, apa isi dari pesan, dan apa *outcomes* dari komunikasi. Untuk mencapai tujuan blogger harus memiliki motivasi.

a. Motivasi Blogging

Menurut Stephen P. Robbins yang ditulis oleh Sofyandi dan Garniwa, motivasi adalah proses mengarahkan dan ketekunan setiap individu dengan tingkat intensitas yang tinggi untuk meningkatkan suatu usaha dalam mencapai tujuan¹⁴.

Dengan begitu dapat dikatakan bahwa terjadinya tingkah laku disebabkan oleh adanya kebutuhan yang dirasakan oleh tiap-tiap individu. Individu dalam bertingkah laku, bertujuan ingin memuaskan kebutuhan yang dirasakannya. Dan karena kebutuhan yang ada pada individu tersebut sangat beraneka ragam, maka untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, seseorang juga mempunyai cara tersendiri agar kebutuhannya terpenuhi. Pendekatan *uses and gratifications* telah banyak digunakan pada studi motivasi khalayak pengguna media. Motivasi

¹³Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (London: SAGE Publications, 2000), hlm. 12.

¹⁴Herman Sofyandi dan Iwa Garniwa, *Perilaku Organisasional* (Yogyakarta: Graha Ilmu. Cetakan Pertama, 2007), hlm. 99.

blogger bisa kita kaji dengan menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori ini sudah banyak digunakan bagi penelitian pada media lama seperti televisi, radio, maupun cetak namun menurut West dan Turner¹⁵ teori ini masih relevan digunakan pada penelitian media baru seperti blog. West dan Turner¹⁶ mengatakan teori ini melihat bahwa khalayak aktif dalam mencari media yang spesifik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Blumer yang ditulis kembali oleh West dan Turner¹⁷ menyebutkan empat aspek dari khalayak aktif, yaitu:

- a) *utility*, yaitu khalayak menggunakan media untuk memenuhi keingintahuan atau informasi.
- b) *intentionally*, penggunaan media ditujukan untuk memenuhi motivasi utama dari penggunanya.
- c) *selectivity*, disini khalayak memiliki kebebasan untuk memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.
- d) *imperviousness to influence*, yaitu, khalayak tahan terhadap efek media, artinya khalayak yang membentuk makna dari isi media sehingga khalayak tak mudah terpengaruh efek media.

¹⁵ Richard West dan Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory Analysis and Application*, (New York: McGraw-Hill, Third Edition, 2007) hlm. 437.

¹⁶ Ibid., hlm. 424.

¹⁷ Ibid, hlm. 431.

Dalam konteks blog, blogger aktif menggunakan blog untuk memenuhi kebutuhan mereka. Blogger memiliki kontrol penuh terhadap konten dari blognya sendiri. Peran blogger sesuai dengan empat aspek yang dijelaskan di atas.

Jika blogger merupakan *active audience* yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, lalu apakah motivasi yang melatarbelakangi mereka menggunakan blog? Li¹⁸ menjabarkan tujuh motivasi blogger, mereka adalah *self expression, social interaction, information, passing time, personal advancement, self documentation*, dan *medium appeal*. Pemilihan motivasi ini bukan tanpa alasan. Selama ini *uses and gratifications* selalu berpusat pada penelitian media lama seperti radio, televisi, dan cetak seperti Katz dkk, Alan

Rubin, dan McQuails. Sekalipun teori sangat relevan digunakan untuk media baru seperti blog, namun juga perlu dicari temuan-temuan motivasi yang relevan bagi penelitian media baru. Li dalam thesisnya menggabungkan motivasi dari tiga penelitian tentang motivasi blog. Mereka adalah penelitian yang dilakukan oleh Nardi, Papacharissi, dan Trammell, Tarkowski, Hofmohl.

Ketujuh motivasi ini berkaitan erat dengan struktur blog yaitu, *blog post, archives, hyperlinks, comments* dan *trackback*, dan *template*. Penjelasan tujuh motivasi ini akan dipaparkan sebagai berikut:

a) *Self Expression*

¹⁸ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog: A Uses and Gratifications Inquiry Into Blogger's Motivations*, dalam http://commonsenseblog.typepad.com/common_sense/files/Li_Dan_Aug_2005.pdf diakses tanggal 26 Agustus 2015

Li¹⁹ mengatakan self expression berhubungan dengan presentasi blogger dib log. Presentasi tak hanya menunjukkan siapa dia, tapi juga blogger bercerita tentang kisahnya, mendiskusikan hobi dan ketertarikannya, mengekspresikan opini tentang masalah-masalah yang berkaitan tentang dirinya, dan bahkan menunjukkan ide kreatif mereka. Self expression juga berhubungan dengan tampilan blog yang dibuat secara unik oleh blogger. Rettberg²⁰ mengatakan, dengan *template* blogger bisa berkreasi dengan blognya. *Template* biasanya disediakan oleh *provider* blog itu sendiri.

b) *Social Interaction*

Dalam penelitiannya Li²¹ menjelaskan bahwa blog menjadi salah satu metode komunikasi interpersonal dimana khalayak bisa tetap terkoneksi satu sama lain. Interaksi antara blogger dan pembacanya membuka jalan membangun hubungan yang didasarkan pada topik yang sama. Blogger bisa berbagi minat atau kesukaan dengan pembacanya atau bertukar ide atau memberi opini tentang isu-isu yang sedang berkembang. Rettberg²² dalam bukunya berjudul *Blogging* mengatakan pembaca bisa memberikan opininya melalui link komentar yang disediakan oleh blog. Ketika pembaca meninggalkan komentar, bloggerpun bisa menanggapi komentar pembaca di sini sudah terjadi interaksi antara blogger dan pembacanya.

¹⁹ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 131-132.

²⁰ Rettberg, Jill Walker, *Blogging* (United Kingdom: Polity Press, 2008), hlm. 7.

²¹ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 131.

²² Rettberg, Jill Walker, *Blogging..*, hlm. 58.

c) *Information*

Motivasi informasi pada blog menekankan pada pencapaian kepuasan dari penyediaan informasi kepada pembacanya, demikian yang dikatakan Li²³. Penyediaan informasi bisa didapatkan dengan menggunakan *trackback*. Li²⁴ mengatakan blogger bisa mengirim *trackback2* kepada blog lain. Melalui *trackback* pembaca blog bisa diarahkan langsung kepada blog lain yang memiliki kesamaan topik.

d) *Passing Time*

Seperti diari, blogger menulis apa yang terjadi pada dirinya di *blog post*. Dalam beberapa kesempatan blog, yang seperti diari menjadi kegiatan spontan dan pengisi waktu luang.

e) *Personal Advancement*

Blog bisa digunakan blogger untuk meningkatkan kemampuan menulis juga meningkatkan kemampuan secara teknik seperti meningkatkan kreatifitas dalam desain blog.

f) *Self Documentation*

Menurut Li,²⁵ blogger bisa menyimpan apa yang mereka 2 Trackback berbentuk URL pelajari, pikir, dan menyimpan apapun yang berguna di internet. Dalam hal ini blog bisa berfungsi sebagai buku catatan atau *tape recorder*.

²³ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 133.

²⁴ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 135.

²⁵ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 132.

g) *Medium Appeal*

Li²⁶ menjelaskan medium appeal blog terletak pada kemudahan akses yang bisa dilakukan oleh siapapun dengan akses internet jadi blog memiliki populasi pembaca yang besar. Produksi dan distribusinya difasilitasi oleh blog itu sendiri dan hanya dibutuhkan kemampuan dasar komputer, yang notabene dimiliki oleh semua pengguna internet.

b. Variabel Motivasi

Melalui informasi mengenai motivasi di atas, tersebut peneliti akan mengetahui bagaimana caranya pengukuran atas variabel itu dilakukan. Variabel motivasi akan diukur dengan indikator dari 7 motivasi, yaitu: *self documentation*, *personal advancement*, *self expression*, *medium appeal*, *information*, *passing time*, dan *socialization* yang masing-masing indikatornya berisi pernyataan-pernyataan.

a) *self documentation*

- untuk menyimpan segala sesuatu yang saya pelajari
- untuk menyampaikan dakwah di dunia maya
- untuk mencatat apa yang sedang saya kerjakan
- mendokumentasi kehidupan saya

b) *Personal advancement*

- melatih kemampuan menulis
- untuk mempelajari teknologi baru

²⁶ Dan Li, 2005. *Why Do You Blog:...*, hlm. 132.

- meningkatkan kreatifitas

c) *self expression*

- untuk menunjukkan personaliti saya
- untuk menceritakan kepada orang-orang tentang diri saya
- untuk mengekspresikan perasaan terdalam saya

d) *medium appeal*

- karena saya bisa mempublikasikan kapan saja
- karena mudah untuk di perbaharui
- karena saya bisa mengaksesnya dimanapun saya berada

e) *information*

- untuk menyediakan informasi
- untuk berbagi informasi yang berguna bagi orang lain
- untuk menyajikan informasi-informasi yang sesuai minat saya

f) *passing time*

- karena ini membantu saya menghabiskan waktu
- saat tidak ada lagi hal lebih baik yang bisa saya lakukan
- melepas penat dari kesibukan

g) *socialization*

- untuk berhubungan dengan orang-orang yang bisa berbagi kesamaan nilai dengan saya
- untuk bertemu dengan orang baru
- menjadi bagian dari komunitas blogger

BAB III

METODE PENELITIAN

a. Metode Penelitian

Metode yang penulis pakai dalam penelitian ini mengacu pada metode survei. Dimana penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data. Menurut Kriyantono²⁷ pengumpulan dan analisis data dalam metode survei bersifat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi spesifik. Maka itu teknik sampling perlu dilakukan dengan benar.

b. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif akan dipakai penulis sebagai acuan dalam melakukan riset. Menurut Idrus²⁸ karakteristik pendekatan kuantitatif antara lain adalah:

- 1) Data yang diperoleh banyak didominasi angka sebagai hasil suatu pengukuran berdasarkan pada variabel yang telah dioperasionalkan.
- 2) Menggunakan sampel yang banyak yang memiliki tingkat representasi tinggi terhadap populasi yang hendak digeneralisasikan.
- 3) Proses pengumpulan data menggunakan angket, tes, wawancara yang telah lebih dahulu dilakukan uji instrumen sehingga telah dianggap memenuhi unsur validitas dan reliabilitas instrumen.

²⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 59.

²⁸ Muhammad Idrus, *Metode Ilmu-Ilmu Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: UII Press, 2007), hlm. 42-43.

Karakteristik di atas akan menjadi acuan peneliti dalam melakukan Penelitian. Dalam proses penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner dalam mencari data primer yang hasilnya berupa angka-angka terhadap sampel responden yang dianggap representasi dari populasi, yaitu mereka yang memiliki blog.

c. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif karena berusaha menggambarkan suatu gejala sosial. Seperti yang diutarakan oleh Masri Singarimbun dan Sofian Effendi²⁹ dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Survei” bahwa penelitian deskriptif adalah alat yang paling cermat untuk mengukur sebuah fenomena sosial.

Menurut Nawawi dan Martini³⁰ metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Termasuk dalam penelitian deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan persentase, dan lain-lain. Analisis ini bersifat uraian atau penjelasan dengan membuat tabel-tabel, mengelompokkan, dan menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari tanggapan responden dan kemudian menganalisisnya dengan menggunakan rumus statistik dan menyajikan tabel untuk memperjelas

²⁹ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm. 4.

³⁰ H. Nawawi, H. M. Martini, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Jogjakarta: Gadjah Mada University Press, 1992), hlm. 67.

pendeskripsian dari data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang diperlukan melalui.

a) Data Primer

Menurut Sugiyono³¹ data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini mencakup data yang diperoleh berdasarkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto yang intinya mencari data tentang motivasi yang melatar belakangi mahasiswa dalam menggunakan blog.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang atau badan lainnya yang telah dikumpulkan atau belum diolah mengenai data yang diperlukan, demikian yang dikatakan oleh Wahyu dan Masduki³². Data tersebut seperti penelitian kepustakaan yang menggunakan bahan-bahan tertulis dengan cara membaca dan mempelajari literatur, dokumentasi atau keterangan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti. Data-data yang diambil yaitu data yang berkaitan dengan profil mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 129.

³² Wahyu dan Muhammad Masduki, *Petunjuk Praktis Membuat Skripsi*, (Surabaya: Penerbit Usaha Nasional, 1987), hlm. 59.

IAIN Purwokerto yang salah satunya adalah data tentang jumlah mahasiswa di IAIN Purwokerto, serta data lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

e. Populasi

Eriyanto³³ menjelaskan bahwa populasi dalam pengertian penelitian tidaklah sama dengan keseluruhan penduduk. Populasi terbentuk oleh tujuan dan topik polling. Seorang peneliti memulai dengan sebuah populasi tetapi didefinisikan secara lebih tepat dalam bentuk target populasi yang menunjuk kepada kelompok yang lebih khusus dimana mereka itulah yang ingin kita ketahui pendapatnya.

Sesuai dengan judulnya populasi yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto. Aktif yang dimaksud adalah mahasiswa empat tahun angkatan terakhir, yaitu 2013/2014; 2014/2015; 2015/2016 yang berjumlah 191 mahasiswa. Hal ini diasumsikan bahwa rata-rata kelulusan ideal bagi strata satu adalah empat tahun. Hal ini juga mempermudah peneliti dalam menyebarkan kuesioner dengan asumsi mahasiswa-mahasiswa tersebut mudah ditemui di kampus.

³³ Eriyanto, *Metodologi Polling: Memberdayakan Suara Rakyat*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 87.

Tabel F.5.1

Jumlah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto

Angakatan	Populasi (Mahasiswa)	Proporsi Sampel	Sampel (Mahasiswa)
2013/2014	38 orang	31 orang	31 orang
2014/2015	76 orang	59 orang	59 orang
2015/2016	77 orang	60 orang	60 orang
Jumlah	191	159	159

Sumber : Bagian Tata Usaha Fakultas Dakwah 2016

f. Sampel dan Teknik Sampling

Ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel yang dijelaskan oleh Wirartha³⁴ yaitu, sampel harus representatif (mewakili) dan besarnya (ukuran) sampel harus memadai. Representatif berarti apabila ciri-ciri sampel yang berkaitan dengan tujuan penelitian sama atau hampir sama dengan ciri-ciri populasinya. Krejcie dan Morgan yang ditulis kembali oleh Wirartha³⁵ menentukan ukuran sampel minimum yang perlu diambil untuk suatu populasi tertentu dengan jenis penelitian deskriptif adalah 10% dari populasi.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sample*. Menurut Arikunto³⁶ *purposive sample* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak didasarkan atas strata, *random* ataupun daerah tertentu, tetapi berdasarkan pada tujuan tertentu. Atau dengan kata lain

³⁴ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), hlm. 233.

³⁵ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, hlm. 235.

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Adi Mahasatya. Cetakan Keduabelas, 2000), hlm. 117.

pengambilan sampel yang dilakukan dengan mendasarkan pada ciri pokok dari populasi, yang dalam penelitian ini ciri pokok tersebut adalah hanya bagi mahasiswa yang menggunakan blog. Karena pengguna blog tergolong kecil jumlahnya, maka teknik sampling pengguna blog akan diambil sebagaimana tabel rumus *Isaach dan Michael* dalam Sugiyono.³⁷ Teknik ini menetapkan kemungkinan kesalahan 1% hingga 10%. Semakin besar jumlah sampel, semakin kecil kesalahan yang akan terjadi dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini sampel yang dipilih ditetapkan sesuai jumlah sampel dalam rumus *Isaach dan Michael* dengan proporsi kesalahan 10%.

Tabel F.5.2
Jumlah Mahasiswa Pengguna Blog Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto

Angkatan	Populasi (Mahasiswa)	Proporsi Sampel	Sampel (Mahasiswa)
2013/2014	38 orang	31 orang	20 orang
2014/2015	76 orang	59 orang	51 orang
2015/2016	11 orang	10 orang	7 orang
Jumlah	125	100	78

Sumber : Bagian Tata Usaha Fakultas Dakwah 2016

Jumlah proporsi ideal sampel yang diambil adalah **100** mahasiswa dari angkatan 2013/2014 sampai 2015/2016. Namun, karena keterbatasan akses terhadap mahasiswa yang menjadi sampel, penulis hanya dapat menerapkan angket kepada **78** orang mahasiswa. Setiap sel populasi yang terlihat pada tabel F.5.1

³⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet. Ke 2, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 87.

harus diwakili dalam sampel penelitian. Untuk itu, perlu dipilih anggota sampel yang mewakili masing-masing strata. Jumlah anggota sampel dalam masing-masing strata dapat ditetapkan secara proporsional.

g. Metode Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono³⁸ metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metode riset, apakah kuantitatif atau kualitatif. Peneliti akan menggunakan metode kuesioner karena riset yang digunakan adalah kuantitatif.

Masih menurut Kriyantono³⁹ kuesioner atau yang bisa disebut angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

h. Metode Analisis

a) Skala Pengukuran Data

Dari kuesioner terutama yang berkaitan dengan motivasi mahasiswa menggunakan blog yang telah disebarkan tersebut, kemudian data yang didapat dianalisis dengan terlebih dulu menetapkan skala pengukuran, yang pada penelitian ini menggunakan Skala Guttman sebagai skala pengukurannya. Skala Guttman adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan

³⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 93.

³⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 95.

persepsi seseorang atau sekelompok orang dengan jawaban yang tegas.⁴⁰ Skala Guttman hanya membutuhkan dua jawaban positif atau negatif. Jadi penulis hanya menggunakan alternatif jawaban:

1. Setuju
2. Tidak Setuju

b) Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari, menata secara sistematis, mengolah catatan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, angket yang telah diperoleh untuk meningkatkan pemahaman yang akan diteliti.⁴¹

Data kuantitatif adalah statistik selalu bekerja dengan angka atau bilangan⁴². Analisis ini digunakan untuk menyederhanakan data yang terwujud angka, agar memudahkan dalam penelitian ini, karenanya penulis menggunakan rumus statistik sederhana, yaitu :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P= Angka Presentasi

F= Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

⁴⁰ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,..., hlm. 96.

⁴¹ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rake Sarasin, 1996, hlm. 104.

⁴² Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta : Rajawali Press. 1994, hlm. 5.

$N = \text{Number of Cases (jumlah frekuensi / banyaknya individu)}$ ⁴³

Untuk mengetahui kecenderungan motivasi apa saja yang melatarbelakangi kegiatan blogging mahasiswa KPI IAIN Purwokerto, maka penulis mengelompokkan motivasi blogging dalam persen. Berapa persenkah motivasi self dokumentasi, self expession, dan sebagainya sebagaimana dalam angket dan teori yang telah penulis uraikan sebelumnya. Ntk menghitung kemudian penulis menggunakan rms mean atau rata-rata jawaban setiap pertanyaan dalam setiap variabel. Demikianlah instrument yang penulis gunakan dalam menganalisa data dengan harapan bahwa metode di atas akan dapat menempatkan data yang terkumpul sesuai dengan kenyataannya.

⁴³ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, hlm. 43.

BAB IV
MOTIVASI MAHASISWA KPI IAIN PURWOKERTO DALAM
MENGGUNAKAN BLOG

A. Penyajian Data Penelitian

Pertanyaan merupakan data yang bersifat kuantitatif maka untuk menganalisis data tersebut perlu menggunakan rumus statistik. Penulis dibantu dengan rumus statistik sederhana sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P= Angka Presentasi

F= Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N= Number of Cases (jumlah frekuensi / banyaknya individu)

Untuk mengetahui data kuantitatif yang peneliti peroleh melalui penyebaran angket dengan operasional indikator dibawah ini :

Tabel 1
Operasional Konsep

Variabel	Indikator	Daftar Pertanyaan/kuesioner
Motivasi Nenggunakan Blog	<i>self documentation</i>	Blog untuk menyimpan segala sesuatu yang saya pelajari
		Blog untuk mencatat apa yang sedang saya kerjakan
		Blog untuk mendokumentasi kehidupan saya
	<i>Personal advancement</i>	Blog untuk melatih kemampuan menulis
		Blog untuk mempelajari teknologi baru
		Blog untuk meningkatkan kreatifitas
	<i>self expression</i>	Blog untuk menunjukkan personaliti saya
		Blog untuk menceritakan kepada orang-orang tentang diri saya
		Blog untuk mengekspresikan perasaan terdalam saya
	<i>medium appeal</i>	Menggunakan blog karena saya bisa mempublikasikan tulisan/konten kapan saja
		Menggunakan blog karena mudah untuk di perbaharui
		Menggunakan blog karena saya bisa mengaksesnya dimanapun saya berada
	<i>information</i>	Menggunakan blog untuk menyediakan informasi
		Menggunakan blog untuk berbagi informasi yang berguna bagi orang lain
		Menggunakan blog untuk menyajikan informasi-informasi yang sesuai minat saya
	<i>passing time</i>	Menggunakan blog membantu saya menghabiskan waktu

		Menggunakan blog saat tidak ada lagi hal lebih baik yang bisa saya lakukan
		Menggunakan blog melepas penat dari kesibukan
	<i>socialization</i>	Menggunakan blog untuk berhubungan dengan orang-orang yang bisa berbagi kesamaan nilai dengan saya
		Menggunakan blog untuk bertemu dengan orang baru
		Menggunakan blog untuk menjadi bagian dari komunitas blogger

TABEL 2

BLOG UNTUK MENYIMPAN SEGALA SESUATU YANG DIPELAJARI

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	43	55%
	b. Tidak Setuju	35	45%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 1)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang atau 55% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 35 orang atau 45%.

TABEL 3**BLOG UNTUK MENCATAT APA YANG SEDANG DIKERJAKAN**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	41	52%
	b. Tidak Setuju	37	48%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 2)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 41 orang atau 52% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 37 orang atau 48%.

TABEL 4**BLOG UNTUK MENDOKUMENTASI KEHIDUPAN SAYA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	42	54%
	b. Tidak Setuju	36	46%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 3)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 42 orang atau 54% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 36 orang atau 46%.

TABEL 5**BLOG UNTUK MELATIH KEMAMPUAN MENULIS**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	45	58%
	b. Tidak Setuju	33	42%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 4)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 45 orang atau 58% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 33 orang atau 42%.

TABEL 6

BLOG UNTUK MEMPELAJARI TEKNOLOGI BARU

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	43	55%
	b. Tidak Setuju	35	45%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 5)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang atau 55% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 35 orang atau 45%.

TABEL 7

BLOG UNTUK MENINGKATKAN KREATIFITAS

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	49	63%
	b. Tidak Setuju	29	37%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 6)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 49 orang atau 63% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 29 orang atau 37%.

TABEL 8**BLOG UNTUK MENUJUKKAN PERSONALITI SAYA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	43	55%
	b. Tidak Setuju	35	45%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 7)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang atau 55% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 35 orang atau 45%.

TABEL 9**BLOG UNTUK MENCERITAKAN KEPADA ORANG-ORANG TENTANG DIRI SAYA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	37	47%
	b. Tidak Setuju	41	53%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 8)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 37 orang atau 47% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 41 orang atau 53%.

TABEL 10**BLOG UNTUK MENGEKSPRESIKAN PERASAAN TERDALAM SAYA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	37	47%
	b. Tidak Setuju	41	53%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 9)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 37 orang atau 47% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 41 orang atau 53%.

TABEL 11**MENGGUNAKAN BLOG KARENA SAYA BISA MEMPUBLIKASIKAN****TULISAN/KONTEN KAPAN SAJA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	45	58%
	b. Tidak Setuju	33	42%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 10)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 45 orang atau 58% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 33 orang atau 42%.

TABEL 12**MENGGUNAKAN BLOG KARENA MUDAH UNTUK DI PERBAHARUI**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	44	56%
	b. Tidak Setuju	34	44%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 11)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 44 orang atau 56% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 34 orang atau 44%.

TABEL 13**MENGGUNAKAN BLOG KARENA SAYA BISA MENGAksesNYA****DIMANAPUN SAYA BERADA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	43	55%
	b. Tidak Setuju	35	45%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 12)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang atau 55% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 35 orang atau 45%.

TABEL 14**MENGGUNAKAN BLOG UNTUK MENYEDIAKAN INFORMASI**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	49	63%
	b. Tidak Setuju	29	27%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 13)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 49 orang atau 63% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 29 orang atau 27%.

TABEL 15

**MENGGUNAKAN BLOG UNTUK BERBAGI INFORMASI YANG
BERGUNA BAGI ORANG LAIN**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	44	56%
	b. Tidak Setuju	34	44%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 14)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 44 orang atau 56% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 34 orang atau 44%.

TABEL 16

**MENGGUNAKAN BLOG UNTUK MENYAJIKAN INFORMASI-
INFORMASI YANG SESUAI MINAT SAYA**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	46	59%
	b. Tidak Setuju	38	41%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 15)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 46 orang atau 59% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 38 orang atau 41%.

TABEL 17

MENGGUNAKAN BLOG MEMBANTU SAYA MENGHABISKAN WAKTU

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	38	49%
	b. Tidak Setuju	40	51%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 16)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 38 orang atau 49% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 40 orang atau 51%.

TABEL 18

**MENGGUNAKAN BLOG SAAT TIDAK ADA LAGI HAL LEBIH BAIK
YANG BISA SAYA LAKUKAN**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	40	51%
	b. Tidak Setuju	38	49%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 17)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 40 orang atau 51% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 38 orang atau 49%.

TABEL 19

MENGGUNAKAN BLOG MELEPAS PENAT DARI KESIBUKAN

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	40	51%
	b. Tidak Setuju	38	49%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 18)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 40 orang atau 51% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 38 orang atau 49%.

TABEL 20

MENGGUNAKAN BLOG UNTUK BERHUBUNGAN DENGAN ORANG-ORANG YANG BISA BERBAGI KESAMAAN NILAI DENGAN SAYA

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	39	50%
	b. Tidak Setuju	39	50%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 19)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 39 orang atau 50% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 39 orang atau 50%.

TABEL 21**MENGGUNAKAN BLOG UNTUK BERTEMU DENGAN ORANG BARU**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	41	52%
	b. Tidak Setuju	37	48%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 20)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 41 orang atau 52% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 37 orang atau 48%.

TABEL 22**MENGGUNAKAN BLOG UNTUK MENJADI BAGIAN DARI KOMUNITAS****BLOGGER**

No. Item	Alternatif Jawaban	F	P
	a. Setuju	36	46%
	b. Tidak Setuju	42	54%
Jumlah		78	100%

(Sumber : Angket nomor 21)

Alternatif jawaban yang memilih “Setuju” sebanyak 36 orang atau 46% dan yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 42 orang atau 54%.

B. Interpretasi Analisis Data

Berdasarkan berbagai jawaban responden terhadap motivasi mahasiswa KPI IAIN Prwokerto dalam menggunakan blog, maka dapat dijelaskan bahwa motivasi mereka menggunakan blog memiliki porsi yang hampir sama pada setiap variabel. Hal ini dilihat dari jawaban yang hampir sama jumlahnya pada setiap pertanyaan dan variabel. Data-data yang telah terkumpul antara lain dapat dirumuskan sebagai berikut :

Motivasi *self documentation* atau variabel 1, didapat perolehan rata-rata 53,6% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk dokumentasi pribadi. Sedangkan sisanya 46,4% tidak memiliki motivasi dokumentasi pribadi dalam menggunakan blognya. Hasil persentase tersebut diperoleh dengan menjumlahkan tiga pertanyaan dalam variabel 1 dan membaginya dengan 3, sehingga didapatkan rata-rata persentase untuk variabel nomor 1. Perhitungan ini juga berlaku bagi setiap variabel, yaitu menjumlahkan hasil persentase masing-masing pertanyaan dan membaginya dengan jumlah pertanyaan.

Motivasi *personal advancement* atau variabel 2, didapat perolehan rata-rata 58,7% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk meningkatkan keahlian dalam dunia blog. Sedangkan sisanya 41,3% tidak memiliki motivasi meningkatkan keahlian dalam dunia blog.

Motivasi *self expression* atau variabel 3, didapat perolehan rata-rata 49,7% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk ekspresi diri.

Sedangkan sisasnya 51,3% tidak memiliki motivasi untuk ekspresi diri dalam menggunakan blog.

Motivasi *medium appeal* atau variabel 4, didapat perolehan rata-rata 56% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog karena kemudahan menggunakan media blog. Sedangkan sisasnya 44% tidak memiliki motivasi menggunakan blog karena kemudahan menggunakannya.

Motivasi *information* atau variabel 5, didapat perolehan rata-rata 59,3% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk kepuasan dalam berbagai informasi kepada pembacanya. Sedangkan sisayna 41,7% tidak memiliki motivasi menggunakan blog untuk hal itu.

Motivasi *passing time* atau variabel 6, didapat perolehan rata-rata 50,3% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk mengisi waktu luang. Sedangkan sisasnya 49,7% tidak memiliki motivasi menggunakan blog untuk mengisi waktu luang.

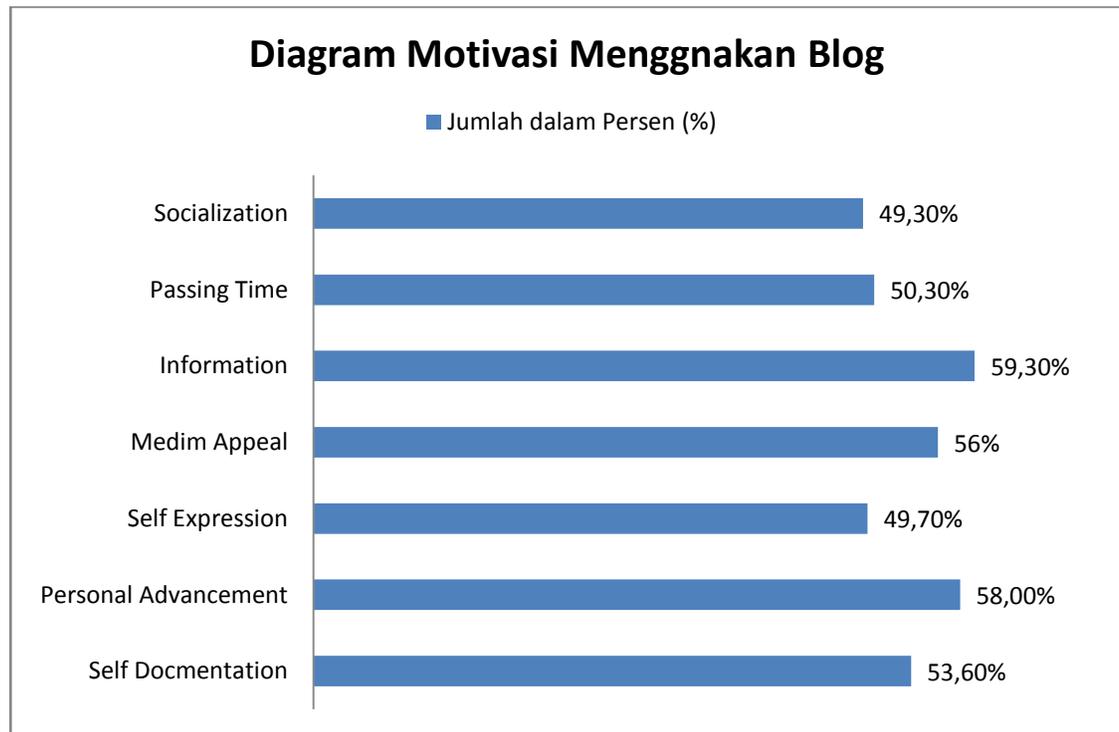
Motivasi *socialization* atau variabel 7, didapat perolehan rata-rata 49,3% mahasiswa yang memiliki motivasi menggunakan blog untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain. Sedangkan sisasnya 50,7% tidak memiliki motivasi menggunakan blog untuk hal tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis data yang telah penulis paparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi mahasiswa KPI IAIN Purwokerto hampir sama persisnya dalam setiap variabel. Mereka menggunakan blog untuk *self documentation* atau dokumentasi pribadi, *personal advancement* atau peningkatan keahlian, *self expression* atau ekspresi diri, *medium appeal* atau kemudahan dalam menggunakan blog, *information* atau berbagi informasi, *passing time* atau mengisi waktu, dan *socialization* atau berinteraksi dengan orang lain. Setiap motivasi tersebut mendapat porsi yang hampir sama. Namun, motivasi menggunakan blog terbesar adalah untuk *information* atau berbagi informasi bagi pembaca dengan jumlah 59,3%, kemudian *self advancement* atau meningkatkan kemampuan diri dalam dunia blog sebanyak 58,7%. Sedangkan motivasi mahasiswa yang paling sedikit jumlahnya adalah untuk *socialization* atau untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain, yaitu sebanyak 49,3%. Hasil penelitian tersebut penulis sajikan dalam diagram berikut ini:



B. Saran-Saran

1. Kepada peneliti selanjutnya supaya dapat meneliti korelasi antara mata kuliah KPI IAIN Purwokerto dengan motivasi menggunakan blog. Hal ini karena kemampuan yang ditanamkan dalam mata kuliah KPI memiliki potensi untuk dikembangkan dalam dunia blogging.
2. Kepada Fakultas Dakwah supaya mengenalkan dunia blog kepada mahasiswa KPI IAIN Purwokerto serta menekankan materi jurnalisme online untuk mengikuti perkembangan media baru ini.
3. Kepada mahasiswa KPI IAIN Purwokerto supaya memanfaatkan blog sebagai sarana untuk mencurahkan keahlian yang telah diajarkan oleh kampus, baik motivasi untuk berdakwah maupun motivasi lainnya yang konstruktif.