



**PENGARUH MOTIF DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @IAMOKAY.ID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI KESEHATAN MENTAL**

(Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @iamokay.id)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dyandra Putri Divianti

NIM : 1810411120



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dyandra Putri Divianti

NIM : 1810411120

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 8 Juni 2022

Yang menyatakan,



Dyandra Putri Divianti

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyandra Putri Divianti  
NIM : 1810411120  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH MOTIF DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @IAMOKAY.ID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN MENTAL (Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @iamokay.id)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok  
Pada tanggal: 8 Juni 2022

Yang menyatakan,



Dyandra Putri Divianti

# PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Dyandra Putri Divianti

NIM : 1810411120

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH MOTIF DALAM PENGGUNAAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM @IAMOKAY.ID TERHADAP PEMENUHAN  
KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN MENTAL (Survei Pada *Followers*  
Aktif Akun Instagram @iamokay.id)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

**Pembimbing I**



Dr. Drina Intyaswati

**Penguji I**



Dr. Ana Kuswanti

**Penguji II**



Vina Mahdalena, M.Si

**KETUA PROGRAM STUDI**



Dr. Fitri Ayuningtyas M.Si

**Ditetapkan di: Jakarta**

**Tanggal Ujian: 17 Juni 2022**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat syalawat dan karunia-Nya serta salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motif dalam Penggunaan Media Sosial Instagram @iamokay.id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental (Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @iamokay.id)”**. Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi Strata 1 pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, partisipasi, dan dukungan moril maupun materil semua pihak hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka itu, dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga kecil yang peneliti sangat sayangi, Ayah Yudi H., Mama Evi I., Adik Vania, yang selalu memberikan do'a dan dukungan luar biasa kepada peneliti di kala situasi apa pun, serta seluruh keluarga besar yang turut memberi motivasi untuk peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
2. Ir. Drina Intyaswati selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan waktu, arahan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi peneliti.
3. Vina Mahdalena, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa membimbing dan memberi saran terhadap penulisan skripsi peneliti.
4. Dr. Fitria Ayuningtyas M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Tim Organisasi I Am Okay yang telah bersikap baik dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti mengenai media sosial Instagram I Am Okay.

7. Responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian.
8. Tasya Rizkina selaku sahabat terdekat yang selalu siap sedia untuk mendengarkan segala keluh kesah dan memberikan dorongan kepada peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
9. Alya Paramitha, Shabrina Nanda, Brigita Alma, Amirah Zahra, dan Cindy Fadhila selaku teman-teman yang selalu memberikan semangat dan menghibur peneliti.
10. Rekan-rekan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2018 yang telah saling membantu untuk berjuang menyelesaikan proses penyusunan skripsi.

Peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan yang disebabkan oleh keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti selama penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Depok, Juni 2022



Dyandra Putri Divianti

**PENGARUH MOTIF DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @IAMOKAY.ID TERHADAP PEMENUHAN  
KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN MENTAL**

(Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @iamokay.id)

**DYANDRA PUTRI DIVIANTI**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi sangat memengaruhi kehidupan manusia, terutama dengan munculnya media baru. Pada era digital saat ini, media baru yang banyak digunakan oleh khalayak yaitu media sosial. Adanya media sosial dapat menciptakan interaksi antar individu khususnya media sosial Instagram. Sebagaimana I Am Okay yakni salah satu organisasi sosial yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membagikan informasi kesehatan mental. I Am Okay berupaya untuk membantu remaja di Indonesia dalam meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya kesehatan mental melalui program pengelolaan konten foto atau video, edukasi, dan sosialisasi. Penelitian ini membahas tentang penggunaan media sosial terutama Instagram yang bertujuan untuk mengetahui mampu atau tidaknya penggunaan media sosial Instagram @iamokay.id memediasi hubungan pengaruh antara motif penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis eksplanatif. Metode survei peneliti gunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada responden meliputi 100 *followers* media sosial Instagram @iamokay.id dengan teknik sampel *Purposive Sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratification*. Teori *Uses and Gratification* didasari oleh empat (4) hal yakni anteseden, motif, penggunaan media, dan efek. Analisis data menggunakan perhitungan uji asumsi klasik, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji pengaruh regresi berganda dan analisis jalur dikarenakan terdapat variabel mediasi, dan uji hipotesis dengan uji T serta *Sobel Test*. Berdasarkan hasil hitung dan uji hipotesis ditemukan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Kesimpulan yang didapatkan secara signifikan penggunaan media sosial Instagram @iamokay.id mampu memediasi hubungan pengaruh motif penggunaan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental dengan Z hitung sebesar 5,8750004 dan hasil penelitian mampu mengonfirmasi teori *Uses and Gratification* terkait penggunaan media. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi keberadaan variabel lainnya yang memungkinkan dalam rangka pengembangan teori *Uses and Gratification*.

**Kata Kunci:** Motif, Penggunaan Media, Kebutuhan Informasi, Instagram

**THE EFFECT OF MOTIVES IN USE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM  
@IAMOKAY.ID ON THE FULFILLMENT OF MENTAL  
HEALTH INFORMATION NEEDS**

*(Survey of Active Followers on Instagram Account @iamokay.id)*

**DYANDRA PUTRI DIVIANTI**

**ABSTRACT**

*The development of information technology greatly affects human life, especially with the emergence of new media. In the current digital era, the new media that is widely used by the public is social media. The existence of social media can create interaction between individuals, especially social media Instagram. I Am Okay, one of the social organizations that uses Instagram as a medium to share mental health information. I Am Okay seeks to help young people in Indonesia raise awareness about the importance of mental health through photo or video content management programs, education, and outreach. This study discusses the use of social media, especially Instagram which aims to determine whether or not the use of social media Instagram @iamokay.id mediates the relationship between motives for using media to fulfill mental health information needs. This research uses an explanative type of quantitative approach. The survey method researchers used to distribute questionnaires to the respondents included 100 Instagram followers on Instagram @iamokay.id with the purposive sampling technique. The theory used in this research is Uses and Gratification Theory. The Uses and Gratification theory model is based on four (4) things, namely antecedents, motives, use of media, and effects. Data analysis used classical assumption test calculations, correlation test, coefficient of determination test, multiple regression effect test and path analysis because there were mediating variables, and hypothesis testing with T test and Sobel test. Based on the results of calculations and hypothesis testing, it was found that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. The conclusion obtained is that the significant use of social media Instagram @iamokay.id is able to mediate the relationship between the influence of usage motives on the fulfillment of mental health information needs with a Z count of 5.8750004 and the results of the study are able to confirm the Uses and Gratification theory related to media use. Future research is expected to find other variables that support the development of the Uses and Gratification theory.*

**Keywords:** *Motives, Use of Media, Information Needs, Instagram*



## **DAFTAR ISI**

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	8
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1    Manfaat Akademis .....	9
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
1.5    Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	11
2.2    Konsep-Konsep Penelitian .....	19
2.2.1    Media Baru .....	19
2.2.2    Media Sosial .....	21
2.2.3    Motif .....	23
2.2.4    Penggunaan Media Sosial .....	24
2.2.5    Instagram .....	26

2.2.6	Informasi .....	27
2.2.7	Kebutuhan Informasi .....	28
2.2.8	Kesehatan Mental.....	29
2.2.9	Teori Penelitian .....	31
2.2.9.1	Teori Uses and Gratification .....	31
2.3	Kerangka Berfikir.....	33
2.4	Hipotesis.....	35
<b>BAB III</b>	.....	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>36</b>
3.1	Objek Penelitian .....	36
3.1.1	I Am Okay dan Kesehatan Mental.....	36
3.2	Jenis Penelitian.....	37
3.2.1	Pendekatan Penelitian .....	37
3.2.2	Metode Penelitian .....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Sumber Data.....	41
3.4.1	Data Primer .....	41
3.4.2	Operasional Variabel.....	41
3.4.3	Uji Validitas .....	52
3.4.4	Uji Reliabilitas .....	63
3.5	Teknik Analisis Data .....	65
3.5.1	Uji Asumsi Klasik Data .....	66
3.5.1.1	Uji Normalitas .....	66
3.5.1.2	Uji Multikolinieritas .....	70
3.5.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	71
3.5.2	Uji Korelasi.....	75
3.5.3	Uji Pengaruh .....	76
3.5.3.1	Koefisien Determinasi.....	76
3.5.3.2	Analisis Jalur .....	77
3.5.4	Uji Hipotesis .....	78

3.6	Tabel Rencana Waktu .....	80
<b>BAB IV</b>	.....	81
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	81
4.1	Hasil Penelitian .....	81
4.1.1	Karakteristik Responden .....	81
4.1.2	Analisis Pernyataan Variabel Motif (X) .....	86
4.1.3	Analisis Pernyataan Variabel Penggunaan Media (Z) .....	97
4.1.4	Analisis Pernyataan Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) 110	
4.1.5	Analisis Hasil Uji Korelasi .....	124
4.1.6	Analisis Hasil Uji Pengaruh .....	126
4.1.6.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	129
4.1.6.2	Hasil Uji Analisis Jalur .....	130
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis .....	133
4.1.7.1	Uji T .....	133
4.1.7.2	Uji Sobel Test .....	136
4.2	Pembahasan .....	137
<b>BAB V</b>	.....	144
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	144
5.1	Kesimpulan .....	144
5.2	Saran .....	145
5.2.1	Saran Praktis .....	145
5.2.2	Saran Teoritis .....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	147
<b>LAMPIRAN</b>	.....	151

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengikut Media Sosial I Am Okay .....	5
Tabel 2. Penelitian Tedahulu .....	11
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel .....	42
Tabel 4. Skala <i>Likert</i> .....	51
Tabel 5. Rentang pada Nilai KMO .....	53
Tabel 6. Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i> (Tahap I).....	54
Tabel 7. Nilai <i>Anti-Image Correlation Measures of</i> .....	54
<i>Sampling Adequacy (MSA)</i> (Tahap I) .....	54
Tabel 8. Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i> (Tahap II) .....	55
Tabel 9. Nilai <i>Anti-Image Correlation Measures of</i> .....	56
<i>Sampling Adequacy (MSA)</i> (Tahap II).....	56
Tabel 10. Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i> (Tahap III).....	57
Tabel 11. Nilai <i>Anti-Image Correlation Measures of</i> .....	57
<i>Sampling Adequacy (MSA)</i> (Tahap III).....	57
Tabel 12. Nilai Komunalitas (Tahap I) .....	58
Tabel 13. Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i> (Tahap IV).....	60
Tabel 14. Nilai <i>Anti-Image Correlation Measures of</i> .....	60
<i>Sampling Adequacy (MSA)</i> (Tahap IV) .....	60
Tabel 15. Nilai Komunalitas (Tahap II).....	61
Tabel 16. Pengelompokan Faktor <i>Component Transformation Matrix</i> (Tahap I) .	62
Tabel 17. Tingkat Reliabilitas pada Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	64
Tabel 18. Uji Reliabilitas Variabel X (Motif Penggunaan) .....	64
Tabel 19. Uji Reliabilitas Variabel Z (Penggunaan Media Sosial).....	65
Tabel 20. Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .....	65
Tabel 21. Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 1.....	68
Tabel 22. Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 2.....	69
Tabel 23. Hasil Uji Variance Inflating Factor (VIF) Persamaan 1 .....	70
Tabel 24. Hasil Uji Variance Inflating Factor (VIF) Persamaan 2 .....	71
Tabel 25. Hasil Uji Glejser Persamaan 1 .....	74
Tabel 26. Hasil Uji Glejser Persamaan 2 .....	74
Tabel 27. Tingkat Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	76

Tabel 28. Rencana Waktu Penelitian .....	80
Tabel 29. Jenis Kelamin Responden .....	82
Tabel 30. Usia Responden .....	82
Tabel 31. Status Pekerjaan Responden .....	83
Tabel 32. Tahun Penggunaan Media Sosial Instagram Responden .....	84
Tabel 33. Jumlah Pengikut Akun Instagram Responden .....	84
Tabel 34. Pernyataan Mengikuti Akun Instagram @iamokay.id.....	85
Tabel 35. Pernyataan Respon dalam Pengaksesan Informasi .....	85
Melalui Akun Instagram @iamokay .....	85
Tabel 36. Pernyataan X1 .....	86
Tabel 37. Pernyataan X2.....	87
Tabel 38. Pernyataan X3 .....	88
Tabel 39. Pernyataan X4.....	89
Tabel 40. Pernyataan X5.....	90
Tabel 41. Pernyataan X6.....	90
Tabel 42. Pernyataan X7 .....	91
Tabel 43. Pernyataan X8.....	92
Tabel 44. Pernyataan X9 .....	93
Tabel 45. Pernyataan X10.....	94
Tabel 46. Pernyataan X11 .....	95
Tabel 47. Pernyataan X12.....	96
Tabel 48. Pernyataan X13.....	96
Tabel 49. Pernyataan Z1 .....	98
Tabel 50. Pernyataan Z2 .....	99
Tabel 51. Pernyataan Z3 .....	99
Tabel 52. Pernyataan Z4 .....	100
Tabel 53. Pernyataan Z5 .....	101
Tabel 54. Pernyataan Z6 .....	101
Tabel 55. Pernyataan Z7 .....	102
Tabel 56. Pernyataan Z8 .....	103
Tabel 57. Pernyataan Z9 .....	104
Tabel 58. Pernyataan Z10 .....	104
Tabel 59. Pernyataan Z11 .....	105
Tabel 60. Pernyataan Z12 .....	106

Tabel 61. Pernyataan Z13 .....	107
Tabel 62. Pernyataan Z14 .....	108
Tabel 63. Pernyataan Z15 .....	108
Tabel 64. Pernyataan Z16 .....	109
Tabel 65. Pernyataan Y1 .....	111
Tabel 66. Pernyataan Y2 .....	111
Tabel 67. Pernyataan Y3 .....	112
Tabel 68. Pernyataan Y4 .....	113
Tabel 69. Pernyataan Y5 .....	114
Tabel 70. Pernyataan Y6 .....	115
Tabel 71. Pernyataan Y7 .....	115
Tabel 72. Pernyataan Y8 .....	116
Tabel 73. Pernyataan Y9 .....	117
Tabel 74. Pernyataan Y10 .....	118
Tabel 75. Pernyataan Y11 .....	118
Tabel 76. Pernyataan Y12 .....	119
Tabel 77. Pernyataan Y13 .....	120
Tabel 78. Pernyataan Y14 .....	121
Tabel 79. Pernyataan Y15 .....	121
Tabel 80. Pernyataan Y16 .....	122
Tabel 81. Pernyataan Y17 .....	123
Tabel 82. Pernyataan Y18 .....	124
Tabel 83. Hasil Perhitungan Uji Korelasi .....	125
Tabel 84. Hasil Uji Regresi Persamaan 1 .....	126
Tabel 85. Hasil Uji Regresi Persamaan 2 .....	127
Tabel 86. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1 .....	129
Tabel 87. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2 .....	129
Tabel 88. Uji Hipotesis (Uji T) .....	134

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase Survei Pengguna Internet oleh <i>Hootsuite (We are Social)</i> ..	1
Gambar 2. Data statistik Negara Terbanyak pengguna Instagram.....	2
oleh Situs <i>Statista Research Departement</i> .....	2
Gambar 3. Akun Instagram Resmi I Am Okay.....	5
Gambar 4. Aktivitas Publikasi Konten Instagram I Am Okay .....	6
Gambar 5. Model Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	32
Gambar 6. Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 7. Grafik Normal Probability Plot Persamaan 1 .....	67
Gambar 8. Grafik Normal Probability Plot Persamaan 2 .....	67
Gambar 9. Pola Grafik <i>Scatterplot</i> Persamaan 1 .....	72
Gambar 10. Pola Grafik <i>Scatterplot</i> Persamaan 2 .....	73
Gambar 11. Diagram Jalur Hubungan Struktural Variabel Penelitian.....	78
Gambar 12. Hasil Diagram Analisis Jalur Penelitian .....	131
Gambar 13. Hasil Uji <i>Sobel Test</i> .....	136

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Permohonan Riset .....	151
Lampiran 2. Lembar Kuesioner Penelitian .....	152
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Google Form .....	161
Lampiran 4. Hasil Data Pernyataan Kuesioner .....	165
Lampiran 5. Hasil Perhitungan SPSS .....	173
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian .....	180
Lampiran 7. Riwayat Hidup .....	181