



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**EFEKTIVITAS KONTEN INSTAGRAM  
@FOLKATIVE TERHADAP MINAT LITERASI  
SISWA SMA WACHID HASYIM SURABAYA**

**Skripsi**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh**

**Rhaditya Yudha**

**(04010520027)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
AMPEL SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Rhaditya Yudha

NIM : 04010520027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Efektivitas Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Siswa SMA Wachid Hasyim Surabaya**” adalah benar merupakan karya saya sendiri, hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam karya pustaka.

Apabila disuatu hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Surabaya, 08 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Rhaditya Yudha  
NIM. 04010520027

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Rhaditya Yudha  
NIM : 04010520027  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Konten Instagram @folkative  
terhadap Minat Literasi Siswa SMA Wachid  
Hasyim Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan  
Surabaya, 08 Desember 2023  
Menyetujui  
Pembimbing



**Pardianto S. Ag, M.Si**  
**NIP.197306222009011004**

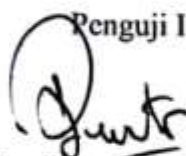
## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

### EFEKTIVITAS KONTEN INSTAGRAM @FOLKATIVE TERHADAP MINAT LITERASI SISWA SMA WACHID HASYIM SURABAYA

Disusun Oleh  
Rhaditya Yudha  
04010520027

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata  
Satu Pada 20 Desember 2023

Tim Penguji

Penguji I  


Pardianto S. Ag. M. Si  
NIP. 197306222009011004

Penguji III



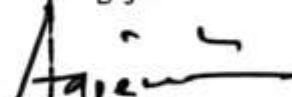
Prof. Dr. H. Ali Nurdin,  
S. Ag. M. Si  
NIP. 197106021998031001

Penguji II



Prof. Dr. H. Aswadi, M. Ag  
NIP. 196004121994031001

Penguji IV



Dr. Agods Moch Moefad, SH,  
M. Si  
NIP. 197008252005011004





UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rhaditya Yudha  
NIM : 04010520027  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
E-mail address : 04010520027@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**EFEKTIVITAS KONTEN INSTAGRAM@FOLKATIVE TERHADAP MINAT LITERASI SISWA SMA**

**WACHID HASYIM SURABAYA**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Januari 2024

Pemulis

RHADITYA YUDHA

## ABSTRAK

Rhaditya Yudha, NIM 04010520027, 2023. *Efektivitas Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Siswa SMA Wachid Hasyim Surabaya.*

Penelitian ini membahas tentang (1) Adakah Efektivitas Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Siswa Kelas 12 SMA Wachid Hasyim Surabaya, (2) Seberapa besar tingkat Efektivitas Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Siswa Kelas 12 SMA Wachid Hasyim Surabaya. Tujuan daripada penelitian merupakan untuk menjabarkan Efektivitas Konten Instagram @folkative terhadap Minat Literasi Siswa Kelas 12 SMA Wachid Hasyim Surabaya, dan juga seberapa jauh tingkat efektivitas tersebut.

Metode penelitian mempergunakan pendekatan kuantitatif yang berjenis penelitian korelatif. Hasil daripada penelitian menjelaskan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan signifikansi 5% terhadap 160 responden, kemudian hasil perhitungannya  $0,653 > 0,154$  maka hipotesis kerjanya ( $H_a$ ) telah diterima dan hipotesis nol ( $H_o$ ) ditolak. Kemudian koefisien korelasi bernilai 0,653, maka korelasi antara Efektivitas Konten Instagram (X) dan Minat Literasi Siswa (Y) mempunyai nilai positif dan mempunyai tingkat keterkaitan yang kuat. Selanjutnya telah diketahui koefisien determinasi bernilai  $0,653^2 = 0,427$ . Kemudian bisa diambil kesimpulan bahwa Efektivitas Konten Instagram @folkative mempunyai pengaruh bernilai 42,7% terhadap Minat Literasi Siswa Kelas 12 SMA Wachid Hasyim Surabaya.

**Kata Kunci:** Minat Literasi, Instagram, @folkative

## ABSTRACT

Rhaditya Yudha, NIM 04010520027, 2023. *The Effectiveness of Instagram @folkative Content on the Literacy Interest of Wachid Hasyim High School Students in Surabaya.*

This research discusses (1) Is there any effectiveness of @folkative Instagram content on the literacy interest of Class 12 students at Wachid Hasyim High School Surabaya, (2) What is the level of effectiveness of @folkative Instagram content on the literacy interest of Class 12 students at Wachid Hasyim High School Surabaya. The aim of the research is to describe the effectiveness of @folkative Instagram content on the literacy interest of Grade 12 students at Wachid Hasyim Surabaya High School, and also the extent of this effectiveness.

The research method uses a quantitative approach which is a type of correlative research. The results of the research explain the value of  $r_{count} > r_{table}$  with a significance of 5% for 160 respondents, then the calculation result is  $0.653 > 0.154$ , so the working hypothesis ( $H_a$ ) has been accepted and the null hypothesis ( $H_o$ ) is rejected. Then the correlation coefficient is 0.653, so the correlation between Instagram Content Effectiveness (X) and Student Literacy Interest (Y) has a positive value and has a strong level of correlation. Furthermore, it is known that the coefficient of determination is  $0.653^2 = 0.427$ . Then it can be concluded that the effectiveness of @folkative Instagram content has a 42.7% influence on the literacy interest of class 12 students at Wachid Hasyim High School Surabaya.

**Keywords: Literacy Interest, Instagram, @folkative**

## ملخص

راديتيا يودا، الاسم الفارغ أربعة فارغ واحد فارغ خمسة ومنتان واثنتان وسبعة دوراييودواتيغا. فعالية محتوى جوروم إنسات @ فلقية نحو مصلحة محو الأمية لطلاب مدرسة وشيد هاشم سورابايا الثانوية

يناقش هذا البحث مدى فعالية المحتوى في مصلحة القراءة والكتابة لدى طلاب الصف الثاني عشر في مدرسة وشيد هاشم الثانوية سورابايا، ومدى فعالية المحتوى في مصلحة القراءة والكتابة لدى طلاب الصف الثاني عشر في مدرسة وشيد هاشم الثانوية سورابايا. الهدف من البحث هو وصف مدى فعالية محتوى الانستغرام على الاهتمام بالقراءة والكتابة لدى طلاب الصف الثاني عشر في مدرسة وشيد هاشم الثانوية سورابايا، وكذلك مدى هذه الفعالية

يستخدم أسلوب البحث المنهج الكمي وهو نوع من البحث المترابط. تشرح نتائج البحث جدول القيمة المحسوبة < جدول معنوية خمسة بالمائة لواحد وستين مستجيباً، ثم تكون نتائج الحساب فارغة ستة خمسة ثلاثة < فارغة واحد خمسة أربعة، وقد تم قبول فرضية العمل ورفض الفرضية الصفرية. ثم يكون معامل الارتباط صفراً، ستة خمسة ثلاثة، إذن فإن الارتباط بين فعالية المحتوى واهتمام الطلاب بالقراءة والكتابة له قيمة موجبة وله مستوى ارتباط قوي. ومن المعلوم أن معامل التحديد قيمته صفر ستة خمسة ثلاثة تربيع = صفر أربعة اثنين سبعة. ومن ثم يمكن أن نستنتج أن فعالية المحتوى لها تأثير بنسبة أربعة واثنتين وسبعة بالمائة على الاهتمام بالقراءة والكتابة لدى طلاب الصف الثاني عشر في مدرسة وشيد هاشم الثانوية في سورابايا

الكلمات المفتاحية: مصلحة محو الأمية، إنسا ترام، فوليكية



## DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Karya .....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Ujian Skripsi.....	iv
Motto dan Persembahan.....	vi
Persetujuan Publikasi .....	vii
Abstrak .....	viii
Kata Pengantar .....	xi
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional .....	7
1. Efektivitas Konten Instagram .....	8
2. Minat Literasi Siswa .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II : KAJIAN TEORITIK.....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	12
B. Kajian Pustaka.....	14
1. Efektivitas .....	14
2. Media Sosial .....	16
3. Konten Instagram.....	18
4. Minat Literasi Siswa .....	22
5. Karakteristik Siswa.....	24
C. Kajian Teori S-O-R.....	26
D. Literasi dalam Perspektif Islam .....	27
E. Kerangka Pikir Penelitian.....	29
F. Hipotesis Penelitian.....	30

BAB III : METODE PENELITIAN .....	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	32
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	33
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian ...	36
E. Tahap-Tahap Penelitian .....	37
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Validitas dan Realibitas .....	43
H. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	48
B. Penyajian Data.....	50
1. Demografi Responden .....	50
2. Uji Validitas .....	52
3. Uji Realibitas .....	54
4. Data Variabel X dan Variabel Y .	55
C. Pengujian Hipotesis.....	60
1. Uji Normalitas .....	60
2. Uji Linieritas.....	61
3. Uji Pearson Product Moment.....	62
4. Uji Koefisien Determinasi .....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Perspektif Teoritis .....	65
2. Perspektif Islam .....	71
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran dan Rekomendasi .....	75
C. Keterbatasan .....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Teori Penelitian .....	29
Tabel 3.1 Skor Tanggapan Responden .....	41
Tabel 3.2 Tabel Cronbach Alpha .....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Jurusan Siswa .....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	53
Tabel 4.5 Tingkat Realibitas Cronbach Alpha .....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibitas .....	54
Tabel 4.7 Data Perhitungan Variabel X dan Y .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Product Moment .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Profil Akun Instagram @folkative .....	21
Gambar 4.1 Tampilan Instagram @folkative.. .....	48
Gambar 4.2 Interaksi Komentar di Instagram @folkative.....	49



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Susanto, *“Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar”*. Jakarta: Penerbit Kencana, 2013.
- Angelina, Arta Laras. *“Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z Di Surabaya.”* UIN Sunan Ampel Surabaya 2021.
- Astrid S, Susanto *“Pendapat Umum”*. Jakarta: Bina Cipta, 1975. Makmun Khairani, *“Psikologi Belajar”*, Yogyakarta: Aswaja Press Indo, 2014.
- Bambang Supradono dan Ayu Noviani, *“Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan pada layanan E-Commerce”* Majalah Ekonomi dan Bisnis, Vol7, No 2.
- Batubara, A. M. Minat mahasiswa membaca (Study di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 2014.
- Burhan B. *“Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu - ilmu Sosial Lainnya”*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005.
- Dharma, G. S, Handika, M. R., & Maradona, A. F. *“Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram”*. Manajemen Dan Bisnis Undiknas, 2018).
- Djaka, *“Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Masa Kini”*, Surakarta: Pustaka Mandiri, 2011.
- Elvinaro Ardianto dan Lukiati K. Erdinaya, *“Komunikasi Massa: Suatu Pengantar”*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Emzir, *“Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif & Kualitatif,”* Jakarta: Rajawali Press, 2010.

- George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App*  
 “*Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*” Tangerang: Gemilang, 2016.
- Gregorius Ryan Raditya, Giri Satriyawan, Ramandhika Kelvin Efendi, “*Efektivitas Konten Instagram @perpustakaan\_untidar terhadap Minat Baca Mahasiswa*” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial* Vol. 2, No. 3, 2023.
- Guo-Ming Chen. “*The Impact of New Media on Intercultural Communication Global Context.*” China, University of Rhode Island 2012.
- Handayaniingrat, “*Administrasi Pemerintahan Dalam Pembangunan Nasional*”, Jakarta: PT. Gunung Agung, 1994.
- Husein Umar, “*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Imas Permatasari, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti, Agustina Hanafi. “*Effect Of Instagram, Influencers Credibility And Motivation Towards Donating Behavior*”. Universitas Sriwijaya, 2019.
- Jubilee Enterprise, 100 “*Aplikasi Android Paling Dahsyat*”, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013).
- Kartini K. “*Psikologi Umum.*” Bandung: Mandar Maju, 1998.
- M. Nisrina, *Bisnis Online*, “*Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang.*” Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Martono Nanang, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” Jakarta: PT. Raja Grafind Persada, 2011.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Buku 1 edisi 6.* Jakarta: Penerbit Salemba Humanika. 2010.
- Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram*  
 “*Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*” Malaysia: Publishing House, 2016.

- Millenia Aura Asa, Dr. Samsuri, Spd., M.Ag “*Efektivitas Penggunaan Instagram dan Twitter sebagai Media Pembelajaran PPKN terhadap Tingkat Literasi Kewargaan*” *Jurnal Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan* Vol. 12, No. 02, 2023.
- Nawawi, “*Metode Penelitian Bidang Sosial*”. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Onong Uchjana. “*Televisi Siaran: Teori dan Praktek*”. Bandung: CV. Mandar Maju, 2003
- Puguh Suharso, “*Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis, Indeks,*” Jakarta, 2009.
- Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Rulli Nasrullah, “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosial Teknologi*”. Bandung: 2017.
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*” Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D.*” Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi, Arikunto, “*Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek) Edisi Revisi 5*”. Jakarta :2002.
- Syofian Siregar, “*Metode penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*” Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.