

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Anisyah
NIM : 11443204418
Judul : Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Etika Komunikasi Mahasiswa UIN Suska Riau

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan instagram terhadap etika komunikasi mahasiswa UIN Suska Riau. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan positivisme yaitu pendekatan untuk mengungkapkan kebenaran realitas yang ada dan bagaimana realitas tersebut senyatanya berjalan Teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling* dan *pusposive sampling*, yaitu 394 responden yang diambil berdasarkan kuota dan kriteria – kriteria dari jumlah setiap fakultas. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori S-O-R oleh Hovland, et.al. Pengujian hubungan antara penggunaan instagram terhadap etika komunikasi menggunakan uji korelasi *product moment*. Sedangkan untuk pengujian pengaruh penggunaan instagram terhadap etika komunikasi menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil uji korelasi *product moment* menunjukkan bahwa penggunaan instagram(X) terdapat hubungan yang cukup kuat terhadap etika komunikasi(Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,598. Dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh signifikansi sebesar 0,000 yang berarti penggunaan instagram (X) berpengaruh terhadap etika komunikasi(Y) karena 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai interpretasi ($\beta = 0,598$) maka penggunaan instagram dengan etika komunikasi memiliki pengaruh yang kuat karena pada interval 0,40 – 0,599.

Kata Kunci : *Instagram, Etika Komunikasi.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Anisyah

Student Reg.Number : 11443204418

Title : The Effect of the Instagram Use on the Communication Ethics of UIN Suska Riau Students

This research aims to know The Effect of the Instagram Use on the Communication Ethics of UIN Suska Riau Students. This is a quantitative study with a positivism approach, i. e an approach to reveal the existing reality truth and how this reality exists as it is. The samples are selected based on purposive and quota sampling technique. 394 respondents are chosen based on quota and criteria from each faculty. Theory used in this research is the S-O-R theory proposed by Hovland, et.al. The correlation test between the use of Instagram and communication ethics uses the product moment correlation test. The effect of the use of Instagram on communication ethics is tested by using simple linear regression test. The result of product moment correlation test shows that the use of Instagram (X) on the communication ethics (Y) has a strong enough correlation about 0,598. Based on simple linear regression test, the score of significance is about 0,000 which means that the use of Instagram (X) has an effect on the communication ethics (Y) because 0,000 is smaller than 0,05. Based on the score of interpretation ($b=0,598$), the use of Instagram has a strong effect on the communication ethics because the score is between the interval 0,40 – 0, 5999.

Keywords : Instagram, Communication Ethics