

**PENGARUH PEMANFAATAN
AKUN TWITTER @malbekasi
TERHADAP KEPUASAN INFORMASI
(Studi Pada Pelanggan Summarecon Mal Bekasi)**

SKRIPSI

**Oleh :
Ravinska Leny Viori
201110415027**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
BEKASI
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH PEMANFAATAN AKUN
TWITTER @malbekasi TERHADAP
KEPUASANINFORMASI (Studi Pada Pelanggan
Summarecon Mal Bekasi)
Nama Mahasiswa : **Ravinska Leny Viori**
Nomor Pokok Mahasiswa : **2011 1041 5027**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Dwinarko, MM, MH

Diah Ayu Pemasari, ST, S.IP,

M.IR

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Drs. Dwinarko, MM, MH

Penguji I : Dra. Hamida Syari Harahap, M. Si

Penguji II : Erita Riski Putri, S.Sos, M. Si

2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR

Tanggal lulus ujian Skripsi : 5 Agustus 2015

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **PENGARUH PEMANFAATAN AKUN TWITTER @malbekasi TERHADAP KEPUASAN INFORMASI (Studi Pada Pelanggan Summarecon Mal Bekasi)** adalah hasil karya sendiri bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya menerima sanksi apapun dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, Juli 2015

Yang membuat pernyataan,

Materai 6000

Ravinska Leny Viori

2011 1041 5027

ABSTRAKSI

Nama : Ravinska Leny Viori
NPM : 201110415027
Judul : PENGARUH PEMANFAATAN AKUN TWITTER @malbekasi TERHADAP KEPUASAN INFORMASI (Studi Pada Pelanggan SummareconMal Bekasi)
Jumlah Halaman : 72 halaman, 10 halaman (romawi)
Kata Kunci : Pemanfaatan, @malbekasi, Kepuasan informasi
Daftar Pustaka : 25 buku, 1 kanal internet, 1 sumber lain

Kehadiran jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*), memberikan pengaruh pada kehidupan manusia. Manusia dapat mengaktualkan diri seperti konten, *profil*, aktivitas lewat *twitter*. Dapat meng *up date* diri, serta dapat berpromosi suatu produk tanpa berbayar menggunakan media *twitter*.

Pemanfaatan media (*Uses and Gratification*) merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Kepuasan bisa dikaitkan dengan menghitung selisih antara apa yang dirasakan, diinginkan, dan didapatkan. Kepuasan juga juga dihubungkan dengan informasi itu sendiri terhadap akibat langsung yang berasal darinya, seperti dapat meningkatkan pengetahuan, menghibur bahkan membantu dalam memecahkan masalah yang dihadapi individu maupun kelompok.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey dan angket (kuesioner), uji validitas dan reabilitas. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang sudah mengikuti *follow* akun @malbekasi. Sedangkan teknik pengambilan sampling yang digunakan *random* sampling (*follower* yang aktif memanfaatkan akun twitter @malbekasi) dengan menggunakan tingkat presisi 10%.

Hasil analisis menunjukkan bahwa model *Uses and Gratification* mempengaruhi kepuasan informasi yang didapat oleh pelanggan Summarecon Mal Bekasi. maka hasil analisis tersebut dapat terlihat bahwa pemanfaatan akun *twitter* @malbekasi (variabel X) memiliki pengaruh tinggi yaitu 0,60-0,799 terhadap kepuasan informasi (variabel Y) (pada pelanggan Summarecon Mal Bekasi).

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Semesta. Di bawah genggaman kuasa-Nya dan limpahan rahmat-Nya yang tak terhingga, serta dengan segala kemungkinan dan kesempatan yang telah disediakan-Nya. Alhamdulillah, akhirnya karya kecil ini dapat saya selesaikan. Hingga pada akhirnya di hadapan kemahasempurnaan-Nya saya tunduk dan memuja.

Skripsi ini bukanlah akhir dari sebuah perjuangan untuk memperkaya cakrawala dan ilmu pengetahuan saya. Dalam proses belajar tersebut banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan penyemangat. Maka melalui lembaran putih ini, saya hendak mengucapkan rasa terimakasih yang teramat besar kepada orang-orang berikut yang telah sudi memberikan wawasan baru serta membuka gerbang cakrawala ilmu pengetahuan kepada saya;

Teruntuk Bapak, Mama, dan Kembar serta seluruh keluarga saya, terima kasih tak terhingga, karena telah melengkapi perjuangan ini dengan doa-doa dan dukungan kalian yang tak berkesudahan baik moril maupun materil.

Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan sebagai dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih dari hati terdalam. Terlebih karena sudah begitu sabar dan bersedia dalam membimbing, membekali, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Drs. Dwinarko, MM, MH, sebagai dosen dosen pembimbing, terimakasih atas ketulusan hati beliau dalam memberikan bekal ilmu dan wawasan pengetahuan untuk membuka cakrawala berpikir penulis. Tidak lupa juga atas

saran dan ruang diskusi di tengah kesibukannya guna memperbaiki penulisan skripsi ini.

Dra. Hamida Syari Harahap, M. Si sebagai Sesprodi Fakultas Ilmu Komunikasi dan juga Erita Riski Putri, S.Sos, M. Si yang telah menguji hasil Skripsi penulis. Terima kasih telah berkenan meluangkan waktu untuk memberi saran serta perbaikan guna menyempurnakan Skripsi ini.

Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom sebagai Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi. dan juga kepada para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi lainnya, terima kasih atas kesediaan dan kebaikan hati beliau dalam memberikan saran dan perbaikan selama proses penyusunan karya ini.

Ika Devianti, Febri, Nurul Fajrin, Fhirlan, Bacht, Mustika, Hasianida dan teman-teman lainnya yang telah bersedia berjuang bersama menapakki tahun terakhir di kampus ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati ini sekali lagi saya ucapkan terima kasih. Juga kepada semua orang yang sudah banyak membantu namun tidak tersebut dalam lembaran ini. Serta mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini. Semoga dapat bermanfaat bagi pembaca di masa yang akan datang.

Bekasi, Agustus 2015
Penulis,

Ravinska Leny Viori

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Kegunaan Masalah	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Komunikasi Massa	9
2.2 Media Massa	11
2.2.1 Pemanfaatan Teknologi Komunikasi	13
2.3 <i>Twitter</i>	14
2.4 <i>Uses and Gratifications</i>	15
2.5 Tingkat Kepuasan Informasi	17
2.6 Kerangka Pemikiran	20
2.6.1 Penjelasan Kerangka Pemikiran	21
2.7 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	26
3.3 Operasional Variabel	29
3.4 Subjek Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Validasi dan Reabilitas	33
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	36
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Pemanfaatan	36
3.7.2 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kepuasan Informasi	38
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y	40
3.8 Teknik Analisis Data	40
3.9 Koefisien Determinasi	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Subjek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan	44
4.1.2 Profil Perusahaan	44
4.2 Analisis Karakteristik Responden	46
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	50
4.3.1 Variabel Independen X (Pemanfaatan)	50
4.3.2 Variabel Y Kepuasan Informasi	62
4.4 Uji Hipotesis	73
4.5 Koefisien Determinasi	75
4.6 Pembahasan	76

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



DAEFTAR TABEL

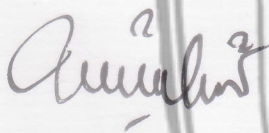
Tabel 3.0 Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 3.1 Uji Validitas Pemanfaatan	36
Tabel 3.2 Uji Validitas Kepuasan Informasi	38
Tabel 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y	40
Tabel 4.1 Kklasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.4 Penilaian Responden untuk mengetahui event-event yang sedang berlangsung di SMB	51
Tabel 4.5 Penilaian Respoden Terhadap motif mengikuti @malbekasi sebagai wadah bertanya serta menyampaikan pendapat.....	52
Tabel 4.6 Penilaian Respoden Terhadap motif mengikuti @malbekasi adalah untuk mengikuti kuis	53
Tabel 4.7 Penilaian Respoden Terhadap motif mengikuti @malbekasi adalah untuk mencari tahu informasi-informasi apa saja yang berlangsung sebelum berkunjung Summarecon Mal Bekasi	54
Tabel 4.8 Saya membutuhkan waktu lebih dari satu menit untuk membaca @malbekasi	55
Tabel 4.9 Saya membuka dan membaca twitt @malbekasi lebih dari 3 kali dalam 1 hari	56
Tabel 4.10 Setiap saya datang ke SMB, saya selalu meng-uplod foto, kegiatan yang sedang berlangsung atau hanya meng-twitt location	57
Tabel 4.11 Saya mengetahui info agenda discount dan event di SMB melalui twitter @malbekasi	58
Tabel 4.12 Saya merasa puas dengan cara admin @malbekasi dalam menjawab pertanyaan yang saya sampaikan	59
Tabel 4.13 Setelah membaca info @malbekasi, saya menjadi tau event yang berlangsung di SMB	60
Tabel 4.14 Rekapitulasi Variabel Pemanfaatan akun @malbekasi	62

Tabel 4.15 Informasi yang saya baca di @malbekasi menjelaskan mekanisme suatu program yang sedang berlangsung	63
Tabel 4.16 Saya mudah memahami isi pesan tentang informasi dan promosi yang disampaikan @malbekasi	64
Tabel 4.17 Informasi event yang saya baca di @malbekasi sesuai dengan yang ada/sedang berlangsung di SMB	64
Tabel 4.18 Penyampaian informasi oleh @malbekasi tidak melebihi-lebihkan dari realita yang ada	65
Tabel 4.19 Penyampaian informasi oleh @malbekasi tidak melebihi-lebihkan dari realita yang ada	67
Tabel 4.20 Admin @malbekasi selalu mengunggah informasi event, 7-2 hari sebelum acara dimulai	67
Tabel 4.21 Jika ada perubahan jadwal tentang suatu event, admin @malbekasi langsung meralat informasi sebelumnya	67
Tabel 4.22 Data pelapor suatu kejadian di @malbekasi terjaga keamanannya	68
Tabel 4.23 Kebutuhan informasi tentang gaya hidup, fashions, dan hiburan saya dapat di @malbekasi	69
Tabel 4.24 Banyak ragam informasi disampaikan @malbekasi yang saya butuhkan	69
Tabel 4.25 Admin twitter @malbekasi cepat tanggap dalam menghadapi kritik dan saran	70
Tabel 4.26 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Informasi	71
Tabel 4.27 Tabel Pengaruh Variabel X dan Variabel Y	72
Tabel 4.28 Hasil Analisis Regresi Sederhana	74
Tabel 4.29 Koefisien Determinasi	76

LEMBAR PERSETUJUAN

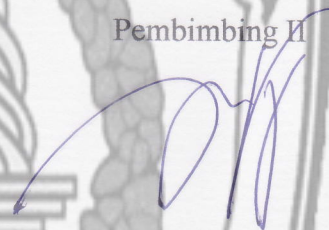
Judul : PENGARUH PEMANFAATAN AKUN TWITTER
@malbekasi TERHADAP KEPUASAN
INFORMASI(Studi Pada Pelanggan Summarecon
Mal Bekasi)
Nama Mahasiswa : Ravinska Leny Viori
Nomor Pokok Mahasiswa : 2011 1041 5027
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing I



Drs. Dwinarko, MM, MH

Pembimbing II

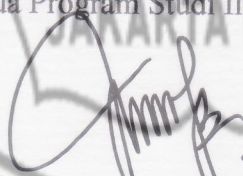


Diah Ayu Pemasari, ST, S.IP, M.IR

MENYETUJUI,

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

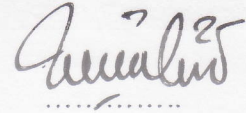


Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

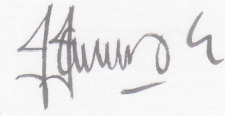
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

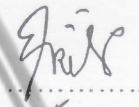
Ketua Penguji : Drs. Dwinarko, MM, MH




Penguji I : Dra. Hamida Syari Harahap, M. Si



Penguji II : Erita Riski Putri, S.Sos, M. Si

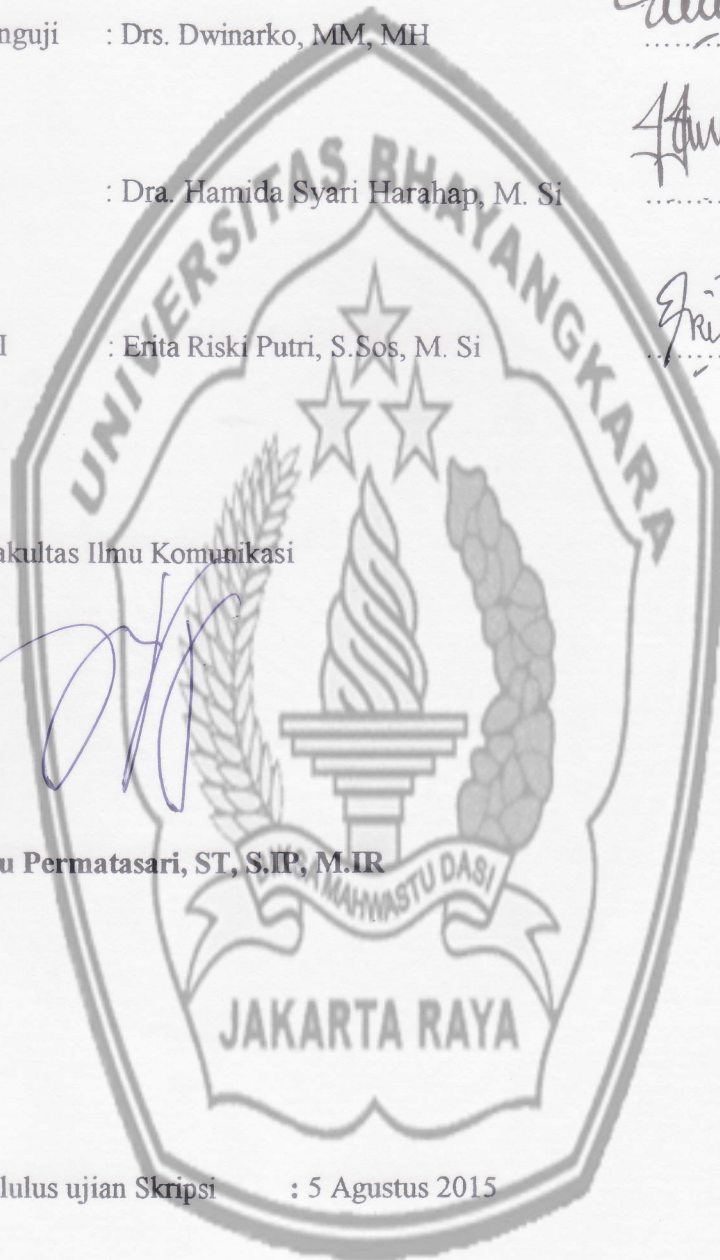


2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR

Tanggal lulus ujian Skripsi : 5 Agustus 2015



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **PENGARUH PEMANFAATAN AKUN TWITTER @malbekasi TERHADAP KEPUASAN INFORMASI (Studi Pada Pelanggan Summarecon Mal Bekasi)** adalah hasil karya sendiri bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya menerima sanksi apapun dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, Agustus 2015

Yang membuat pernyataan,



Ravinska Leny Viori

2011 1041 5027