

**KESENJANGAN KEPUASAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP,
INSTAGRAM, FACEBOOK, TIKTOK
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Bekasi)**

SKRIPSI

Oleh:

Allya Anggreini

201810415240



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Allya Anggreini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415240


Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Lulus Sidang Skripsi : 24 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing


Dr. Wichitra Yasva, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303098405

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Allya Anggreini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415240

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENGESAHKAN,


Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.kom
NIDN. 0303099805

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303099805

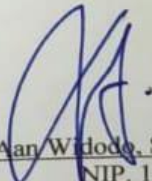
Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si
NIDN. 0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok (Survei pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya juga memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Allya Anggreini

NPM. 201810415240

ABSTRAK

Allya Anggreini, 201810415240, Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi).

Penelitian ini membahas mengenai kesenjangan kepuasan pada penggunaan media sosial, yang dimana objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa, karena mahasiswa dianggap bisa selektif dalam penggunaan media dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan melihat kepuasan penggunaan media sosial dari mahasiswa, diharapkan dapat menjadi gambaran mengenai seberapa besar efektifitas dan keberadaan setiap jenis media sosial sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi dalam kehidupan masyarakat, khususnya para mahasiswa, sebagai golongan intelektual bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesenjangan kepuasan penggunaan media sosial Whatsapp, Instagram, Facebook dan Tiktok pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, yang dimana penelitian dilakukan dengan mencari informasi terkait gejala yang ada, menjelaskan secara jelas tujuan yang ingin dicapai, merencanakan suatu rencana untuk mencapainya, dan mengumpulkan berbagai data sebagai data laporan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Whatsapp, Instagram, Facebook dan Tiktok *mean* skor pada media tersebut menunjukkan *mean* skor *Gratification Sought* lebih kecil daripada *mean Gratification Obtained* ($GS < GO$), yang dimana terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan para penggunanya.

Kata Kunci : Media Sosial, Motif, Kepuasan, Kesenjangan, Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok.

ABSTRACT

Allya Anggreini, 201810415240, Gratifications Discrepancy in the Use of Social Media Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok (Survey of University of Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi Students).

This study discusses the Gratifications Discrepancy in the use of social media, where in this study students were used as objects because students were considered to be selective in using media to meet their needs. By looking at the satisfaction of using social media from students, it is hoped that it will provide an illustration of how much effectiveness and existence of each type of social media is as a result of developments in communication technology in people's lives, especially students, as the nation's intellectual group. This study aims to find out how big the level of satisfaction gap is in using social media Whatsapp, Instagram, Facebook and Tiktok among Bhayangkara Jakarta Raya University Bekasi students. The method used in this study is quantitative, in which research is carried out by seeking information related to existing symptoms, clearly explaining the goals to be achieved, planning a plan to achieve them, and collecting various data as report data. The results of this study indicate that the application Whatsapp, Instagram, Facebook and Tiktok mean score on the media shows the mean score of Gratification Sought is smaller than the mean Gratification Obtained ($GS < GS$), where there is a Gratifications Discrepancy because the needs obtained are more than desired needs. In other words, the media satisfies its users.

Keywords : *Social Media, Motives, Discrepancy, Gratifications, Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun laporan skripsi yang berjudul “Kesenjangan Kepuasan Pada Penggunaan Media Sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok (Survei Pada Pengguna Media Sosial Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)”.

Selama menyusun bahkan sampai pada tahap penyelesaian skripsi, peneliti telah banyak menerima bimbingan, arahan, kritik, saran dan pelajaran terutama dari kedua orang tua, ayah Badu dan mama Amih, terimakasih banyak sudah menjadi penyemangat untuk saya, sudah menjadi bagian dari perjuangan saya dalam menjalankan skripsi ini, tak lupa peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada dosen, serta kerabat lainnya hingga sampai tahap tersusunnya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, juga motivasi dari orang-orang terdekat, skripsi ini tidak akan sampai di tahap sekarang ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen. Pol (Purn) Prof. Dr. Drs H. Bambang Karsono, S.H., M.M , selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terimakasih banyak atas bimbingan, kritik serta saran, dan selalu meluangkan waktunya disela-sela kesibukan. Saya senang dan bangga menjadi salah satu anak bimbingan ibu. Terimakasih banyak ibu, semoga selalu dilimpahkan kesehatan.
5. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, M.M, selaku Dosen Pembimbing II Proposal Skripsi, terimakasih atas bimbingan, kritik serta saran, dan selalu meluangkan waktunya disela-sela kesibukan. Terimakasih banyak ibu sudah membimbing

saya saat mengerjakan laporan proposal skripsi, semoga ibu selalu dilimpahkan kesehatan.

6. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.kom selaku Ketua Penguji Skripsi, terimakasih banyak atas bimbingan, kritik serta saran, dan selalu meluangkan waktunya disela-sela kesibukan.
7. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si selaku Sekretaris Penguji, terimakasih banyak atas bimbingan, kritik serta saran, dan selalu meluangkan waktunya untuk bisa berdiskusi disela-sela kesibukan.
8. Ibu Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi A5.
9. Terimakasih banyak untuk Cengceremen, Siti Nur Azizah, Fitria Ramadanti, S.T, Poppy Khoirunnisa, Fridiana Putri Awal R, S.I.Kom, Feby Lutfiana, S.I.Kom, Vira Febrian, S.I.Kom, Shania Mawardini, S.I.Kom, Erda Murni, Anak-Anak A5 Fikom, Anggota UKM Seni Tari, serta teman-teman lainnya yang telah memberikan do'a serta dukungan, semangat dan motivasi kepada peneliti. Beberapa dari kalian adalah orang yang selalu berada di balik layar, jadi saksi dari lika-liku peneliti dalam mengerjakan laporan skripsi ini, yang selalu mau saya reportkan, terimakasih juga sudah menjadi teman perjalanan saya dalam mengerjakan skripsi ini, panjang umur orang-orang baik.
10. Dan yang terakhir, untuk diri saya sendiri, terimakasih karena mampu melewati rintangan dalam pengerjaan skripsi ini hingga akhirnya saya mampu mengerjakan skripsi ini sampai tahap akhir.

Adapun kekurangan peneliti selama menyusun skripsi tersebut, baik dari materi maupun format dari penulisannya. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang sangat membantu peneliti dalam membuat laporan ini.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Penulis,



Allya Angreini

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Konsep.....	9
2.2.1 <i>New Media</i>	9

2.2.2 Media Sosial	9
2.2.3 Penggunaan Media.....	12
2.2.4 Kepuasan Pengguna.....	13
2.3 Kerangka Teori.....	15
2.3.1 <i>Uses and Gratifications Theory</i>	15
2.4 Kerangka Pemikiran	18
2.5 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Operasional Variabel.....	21
3.4 Populasi dan Teknik Sampling.....	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1 Kuesioner.....	24
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
3.6.1 Uji Validitas.....	25
3.6.2 Uji Reliabilitas	26
3.7 Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	28
4.1.2 Identitas Responden.....	32
4.1.3 Analisis Kuesioner Responden	33
4.2 Pembahasan	69

BAB V PENUTUP.....74

5.1 Kesimpulan..... 74

5.2 Saran.....75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Skala Likert.....	25
Tabel 3.3 Kategori Tingkat Kepuasan Responden.....	27
Tabel 4.1 Uji Validitas item pernyataan GS dan GO aplikasi Whatsapp.....	28
Tabel 4.2 Uji Validitas item pernyataan GS dan GO aplikasi Instagram.....	29
Tabel 4.3 Uji Validitas item pernyataan GS dan GO aplikasi Facebook.....	29
Tabel 4.4 Uji Validitas item pernyataan GS dan GO aplikasi Tiktok.....	30
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas GS dan GO aplikasi Whatsapp.....	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas GS dan GO aplikasi Instagram.....	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas GS dan GO aplikasi Facebook.....	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas GS dan GO aplikasi Tiktok.....	31
Tabel 4.9 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.10 Data Responden berdasarkan Jenis Fakultas Program Studi.....	32
Tabel 4.11 Data Responden berdasarkan Tahun Angkatan.....	33
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Sought</i> aplikasi Whatsapp.....	33
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Sought</i> aplikasi Instagram.....	35
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Sought</i> aplikasi Facebook.....	37
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Sought</i> aplikasi Tiktok.....	39
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Obtained</i> aplikasi Whatsapp.....	41
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Obtained</i> aplikasi Instagram.....	43
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Obtained</i> aplikasi Facebook.....	45

Tabel 4.19 Hasil Kuesioner <i>Gratifications Obtained</i> aplikasi Tiktok.....	47
Tabel 4.20 Kesenjangan Kepuasan berdasarkan Skor Rata-rata GS dan GO penggunaan Whatsapp.....	49
Tabel 4.21 Kesenjangan Kepuasan berdasarkan Skor Rata-rata GS dan GO penggunaan Instagram.....	50
Tabel 4.22 Kesenjangan Kepuasan berdasarkan Skor Rata-rata GS dan GO penggunaan Facebook.....	51
Tabel 4.23 Kesenjangan Kepuasan berdasarkan Skor Rata-rata GS dan GO penggunaan Tiktok.....	53
Tabel 4.24 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Informasi Whatsapp.....	55
Tabel 4.25 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Informasi Instagram.....	56
Tabel 4.26 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Informasi Facebook.....	57
Tabel 4.27 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Informasi Tiktok.....	57
Tabel 4.28 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Identitas Diri Whatsapp.....	58
Tabel 4.29 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Identitas Diri Instagram.....	59
Tabel 4.30 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Identitas Diri Facebook.....	60
Tabel 4.31 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Identitas Diri Tiktok.....	60

Tabel 4.32 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Integritas dan Interaksi Sosial Whatsapp.....	61
Tabel 4.33 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Integritas dan Interaksi Sosial Instagram.....	62
Tabel 4.34 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Integritas dan Interaksi Sosial Facebook.....	63
Tabel 4.35 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan GO Integritas dan Interaksi Sosial Tiktok.....	64
Tabel 4.36 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan Hiburan Whatsapp.....	65
Tabel 4.37 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan Hiburan Instagram.....	66
Tabel 4.38 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan Hiburan Facebook.....	67
Tabel 4.39 Tingkat Kesenjangan dan Pemenuhan Kepuasan item GS dan Hiburan Tiktok.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet 2022.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Media Sosial.....	2



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....18



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Biodata Mahasiswa
- LAMPIRAN II : Angket Kuesioner
- LAMPIRAN III : Uji Validitas & Reliabilitas
- LAMPIRAN IV : Tingkat Kesenjangan Pengguna Aplikasi - Tabulasi Silang
(*Crosstabulations*)
- LAMPIRAN V : Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing
- LAMPIRAN VI : Form Perbaikan Sidang Skripsi

