KEBUTUHAN INFORMASI DIGITAL MARKETING
(SURVEI PADA PESERTA REVOU MINI COURSE)

SKRIPSI

Oleh:

Sahla Sabilla Putri

202110415400

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

DIGITAL MARKETING INFORMATION NEEDS
(SURVEY OF REVOU MINI COURSE PARTICIPANTS)

SKRIPSI

Oleh:

Sahla Sabilla Putri

202110415400

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Kebutuhan Informasi Digital Marketing (Survei Pada Peserta RevoU Mini Course)
Nama Mahasiswa	: Sahla Sabilla Putri
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415400
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303077002

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Kebutuhan Informasi Digital Marketing (Survei Pada Peserta RevoU Mini Course)
Nama Mahasiswa	: Sahla Sabilla Putri
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415400
Prodi Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 25 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2024
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum NIDN. 0323057006	.....
Penguji	: Dr. Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0303077002	.....
Sekretaris Penguji	: Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0310038403	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto. S.Sos., M.Si NIP. 2203551	Dra. Truly Wangsalegawa. M.A., M.Ed., Ph.D NIP. 1908425

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Kebutuhan Informasi Digital Marketing (Survei Pada Peserta RevoU Mini Course) 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 di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya 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 2025



Sahla Sabilla Putri

202110415400

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Sahla Sabilla Putri 20210415400. Kebutuhan Informasi *Digital Marketing* (Survei Pada Peserta RevoU *Mini Course*).

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi digital peserta program RevoU *Digital Marketing Mini Course*. Studi ini mengkaji efektivitas pelatihan singkat berbasis daring dalam memberikan pemahaman fundamental dan praktis pemasaran digital, seiring meningkatnya kebutuhan keterampilan digital di era Industri 4.0.
Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 peserta program yang dipilih dengan teknik *simple random sampling*. Analisis statistik deskriptif mengukur variabel kebutuhan informasi melalui empat dimensi: motivasi, kredibilitas, frekuensi, dan durasi. Pada hasil uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 17 item pernyataan dengan pra-survei terhadap 30 responden, menunjukkan nilai Pearson Correlation > 3.061 dan Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga layak disebarkan ke 100 responden. Pada pengujian lanjutan, diperoleh hasil validitas dengan Pearson Correlation > 1.654 dan reliabilitas Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (69%) dengan tingkat motivasi tinggi yang lebih dominan. Motivasi tinggi paling banyak dimiliki oleh responden usia produktif (20–29 tahun) dan berasal dari kategori Karyawan. Seluruh responden (100%) menunjukkan frekuensi pencarian informasi tinggi, yang mengindikasikan kuatnya kebutuhan akan pengetahuan. Mayoritas responden juga menilai kredibilitas program Revou sangat tinggi (96%), dengan Karyawan sebagai kelompok pemberi nilai tertinggi. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa program Revou *Mini Course* berhasil memenuhi kebutuhan informasi *digital marketing* peserta.

Kata Kunci: kebutuhan informasi, keterampilan digital, *digital marketing*, RevoU, komunikasi digital

ABSTRACT

***Sahla Sabilla Putri 20210415400**. Digital Marketing Information Needs of Digital Marketing (Survey on RevoU Mini Course Participants).*

This study aims to describe the level of fulfillment of digital information needs of RevoU Digital Marketing Mini Course participants. This study examines the effectiveness of online-based short training in providing a fundamental and practical understanding of digital marketing, along with the increasing need for digital skills in the Industry 4.0 era..The method used was a survey with a descriptive quantitative approach. Data were collected through questionnaires to 100 program participants selected using simple random sampling techniques. Descriptive statistical analysis measures information needs variables through four dimensions: motivation, credibility, frequency, and duration. On the results of validity and reliability tests conducted on 17 statement items with a pre-survey of 30 respondents, showing the value of Pearson Correlation> 3.061 and Cronbach's Alpha> 0.60, The results of the analysis showed that the majority of respondents were women (69%) with higher levels of motivation dominant. High motivation is most common among productive age respondents (20–29) and comes from the Employee category. All respondents (100%) showed a high frequency of information retrieval, indicating a strong need for knowledge. The majority of respondents also rated the credibility of the RevoU program very high (96%), with Employees as the highest scoring group. Overall, this finding shows that the RevoU Mini Course program successfully met the participants' digital information needs.

Keywords: information needs, digital skills, digital marketing, RevoU, digital communication

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "Kebutuhan Informasi *Digital Marketing* (Survei Pada Peserta RevoU *Mini Course*)".

Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universita Bhayangkara Jakarta Raya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis. Namun, berkat adanya niat, dukungan dan doa dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda tercinta Bapak Sutrisno dan Ibunda tercinta Ibu Suaibatul Aslamiyah yang selalu memberikan dukungan, nasihat, waktu dan selalu mendoakan penulis hingga saat ini

Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Kaprodi Strata 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan dan saran yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ciwuk Mustiana Yudhawasthi, M.Hum. selaku Ketua Penguji dan Bapak Pagi Muhammad, Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Penguji

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

yang telah menguji serta memberikan masukan berharga pada pengujian skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan dukungan moril kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Farid Fadillah Hamka, Mohammad Gilang Bagaskara dan Erin Widyatikah selaku kakak tercinta yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Silfa Febriyanti, Putri Anggraini, Nanda Safitri, Wanny Fedorova, dan Valentino William Yapergo, dan Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu.terima kasih telah memberikan dan mengukir kisah indah bersama selama masa perkuliahan, menemani, memotivasi dan berjuang bersama hingga saat ini.

Semoga dukungan & doa yang telah diberikan kepada penulis dapat menjadi amal baik dan Allah SWT akan membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak agar dapat memperbaiki skripsi ini, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Demikian pengantar dalam penelitian ini, semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis maupun bagi pembaca.

Jakarta, 27 Juli 2025

Sahla Sabilla Putri

202110415400

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Pertanyaan Penelitian 5
1.4. Tujuan Penelitian 5
1.5. Manfaat Penelitian 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **6**
2.1. Penelitian Terdahulu 6
2.2. Tinjauan Teoritis 10
2.3. Tinjauan Konseptual 13
2.2.1. Kebutuhan Informasi 13
2.2.2. Digital Skill 15
2.2.3. Telegram 16
2.2.4. Digital Marketing 17
2.4 Kerangka Berpikir 20
BAB III METODE PENELITIAN **21**
3.1. Pendekatan Penelitian 21

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.2. Desain Penelitian....21
3.3. Subjek dan Objek Penelitian....22
3.3.1. Subjek Penelitian....22
3.4.1. Objek Penelitian....22
3.4. Populasi dan Sampel....22
3.4.1. Populasi....22
3.4.2. Sampel....23
3.5. Operasional Variabel....24
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas....27
3.5.1. Uji Validitas....27
3.5.2. Uji Reliabilitas....28
3.6. Teknik Pengumpulan Data....29
3.6.1. Kuesioner....29
3.7. Metode Analisis Data....29
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif....30
3.8. Tempat dan Waktu Penelitian....30
3.9.1. Tempat Penelitian....30
3.9.2. Waktu Penelitian....30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....32
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian....32
4.1.1. Sejarah RevoU....32
4.1.2. Visi dan Misi RevoU....33
4.1.3. Keunggulan RevoU....33
4.1.4. Program RevoU....34
4.3. Karakteristik Responden Penelitian....35
4.2.1. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....35
4.2.2. Kategori Responden Berdasarkan Usia....36
4.2.3. Kategori Responden Berdasarkan Status Pekerjaan....36
4.2.4. Kategori Responden Berdasarkan Pengalaman....37
4.2.5. Kategori Responden Berdasarkan Pengalaman....38
4.4. Hasil Analisis Instrumen Uji Validitas dan Uji Reliabilitas....38
4.4.1. Pra Survey....38
4.4.1.1. Uji Validitas....38
4.4.1.2. Uji Reliabilitas....40

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.4.2. Survey Utama....40
4.4.2.1. Uji Validitas....40
4.4.2.2. Uji Reliabilitas.... 42
4.6. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian....42
4.5.1. Manfaat Program RevoU.... 42
4.5.2. Semangat Belajar Peserta....43
4.5.3. Sertifikat Resmi RevoU.... 44
4.5.4.Pengembangan Karir & Bisnis....45
4.5.5. Pelatih Berpengalaman....45
4.5.6. Materi Mudah Dipahami....45
4.5.7. Masukan Mentor.... 46
4.5.8. Partisipasi Aktif Peserta.... 47
4.5.9. Pencarian Informasi Tambahan....47
4.5.10. Notifikasi Rutin RevoU....48
4.5.11. Banyak Sesi Materi.... 48
4.5.12. Pengulangan Materi.... 49
4.5.13. Durasi Ideal.... 50
4.5.14. Waktu Fleksibel....50
4.5.15. Waktu Tugas Memadai....51
4.5.16. Akses Rekaman Video.... 52
4.5.17 . Tenggat Waktu Sesuai.... 52
4.6. Hasil Analisis Uji Statistik Deskriptif....53
4.8. Pembahasan....55
BAB V PENUTUP....58
5.1. Kesimpulan.... 58
5.2. Saran....58
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....6
Tabel 3.1. Operasional Variabel..... 24
Tabel 3.2. Waktu Penelitian.....31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....35
Tabel 4.2. Karakteristik Usia.....36
Tabel 4.3. Karakteristik Pekerjaan..... 36
Tabel 4.4. Karakteristik Banyak Ikut Program.....37
Tabel 4.5. Karakteristik Pengalaman 38
Tabel 4.6. Uji Validitas Pra Survei..... 39
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas Pra Survei.....40
Tabel 4.8. Uji Validitas Survei Utama.....41
Tabel 4.9. Uji Reliabilitas Survei Utama.....42
Tabel 4.10. Manfaat Program RevoU.....42
Tabel 4.11. Semangat Belajar Peserta..... 43
Tabel 4.12. Sertifikat Resmi RevoU.....44
Tabel 4.13. Pengembangan Karir Bisnis..... 44
Tabel 4.14. Mudah Dipahami.....45
Tabel 4.16 Masukan Mentor.....46
Tabel 4.16 Partisipasi Aktif Peserta..... 47
Tabel 4.15. Pencarian Informasi Tambahan.....47
Tabel 4.16. Notifikasi Rutin RevoU.....48
Tabel 4.17. Banyak Sesi Materi..... 48
Tabel 4.18. Pengulangan Materi.....49
Tabel 4.19. Durasi Ideal..... 50
Tabel 4.20. Waktu Fleksibel.....50
Tabel 4.21. Waktu Tugas Memadai.....51
Tabel 4.22. Akses Rekaman Video.....51
Tabel 4.23. Tenggat Waktu Sesuai..... 52
Tabel 4.24. Analisis Statistik Deskriptif.....53
Tabel 4.25. Pengkategorian..... 53

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Website RevoU.....3
Gambar 2.2. Databoks.....18
Gambar 2.3. Google Trends Digital Marketing..... 19
Gambar 4.1. Logo RevoU..... 32

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4. Kerangka Berpikir.....20

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata penulis

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Penyebaran Kuestesioner

Lampiran 4: Hasil Tabel R

Lampiran 5: Pretest Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6: Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 7: Form Bimbingan

Lampiran 8: Form Perbaikan

Kebutuhan Informasi.., Sahla Sabilla Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025